



PERFIL DE EMPREENDEDORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS ATRAVÉS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Diego Pereira Ribeiro
dyegopr@yahoo.com.br
UFF - VR

Rogério Vicente de Melo
rogerio-vicente@bol.com.br
UFF - VR

Luis André Anaia de Oliveira
a.anaia@terra.com.br
UFF - VR

Resumo: As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) tem um importante papel socioeconômico para o crescimento de uma região ou país, gerando empregos e participando de uma considerável parcela de seu PIB. No Rio de Janeiro elas correspondem a 65% do PIB do estado, que por sua vez correspondem a 54% do PIB nacional. Assim como em grandes e médias empresas, o indivíduo que toma a iniciativa de abrir um Micro ou Pequeno Empreendimento, torna-se também um visionário explorador de oportunidades, e pode ser visto como um empreendedor. Afim de conhecer um pouco mais sobre o perfil dos empreendedores de Micro e Pequenos Empreendimentos, este artigo busca um consenso entre as qualidades destes indivíduos. Para isso é realizada uma Análise de Conteúdo, que tem como base, entrevistas feitas com Microempreendedores em três cidades na Região Sul Fluminense do Estado do Rio de Janeiro. Os resultados mostram consenso em algumas qualidades e desacordo em outras.

Palavras Chave: Empreendedor - Microempreendedor - MPEs - Análise de Conteúdo -



1. INTRODUÇÃO

Grande parte da riqueza mundial é produzida no âmbito das economias locais, no universo das Micro e Pequenas Empresas (MPEs), que operam em escala regional e local (COLBARI, 2014; KENSKI & MARCONDES, 2017). De acordo com Neto *et al.* (2013) e Suáres e Zambrano (2015), as MPEs em todo o mundo, foram consideravelmente influenciadas pelo alto nível de competitividade em escala global, pelas mudanças nos requisitos do cliente e pela entrada de novos concorrentes, além das pressões para refinar as diretrizes estratégicas, e garantir a manutenção e a expansão da participação de mercado. No Brasil esta realidade vem seguindo os mesmos passos da atividade, conforme o caminho tomado pelo setor em todo o mundo. A ampliação da quantidade de MPEs tem crescido significativamente na economia nacional, sendo este empresário, visionário e catalisador de mudanças, com visão de futuro e personalidade criativa, explorador de possibilidades e oportunidades em todas as áreas de atuação (KENSKI & MARCONDES, 2017).

O perfil do empreendedor não segue uma fórmula consagrada, mas algumas características são comuns e ao mesmo tempo os diferenciam. Estas características são muito importantes para a sobrevivência do empreendedor, que interessado em crescer, ser independente e um genuíno empreendedor, se fazem diferentes de um trabalhador esforçado, através de constante aprendizado e permanentes correções de rumos (CIELO, 2001).

Tendo em vista as informações apresentadas, o presente trabalho tem como objetivo identificar convergências e divergências nas características de diferentes empreendedores de MPEs, nas cidades de Resende, Volta Redonda e Mendes, localizadas na Região Sul Fluminense do estado do Rio de Janeiro, entre os dias 09 e 27 de abril de 2018. Para atingir tal objetivo, uma Análise de Conteúdo foi realizada a partir de entrevistas com os empreendedores selecionados de forma sistematizada.

Assim, buscando o objetivo da pesquisa, o artigo foi elaborado da seguinte forma: no tópico 2, será apresentada uma revisão bibliográfica, onde se dará destaque as Micros e Pequenas Empresas Brasileiras, ao Perfil do Empreendedor e a Análise de Conteúdo. No tópico 3 serão abordados aspectos da metodologia utilizada para a realização da pesquisa. No tópico 4, serão apresentados os resultados obtidos e suas devidas análises. E por fim, no tópico 5 a conclusão do estudo realizado.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Segundo o Relatório Executivo Sebrae (2015), as MPEs, ao longo dos últimos 30 anos, vêm adquirindo uma importância crescente no país, sendo inquestionável o seu relevante papel socioeconômico desempenhado. A importância das atividades das MPEs em âmbito nacional, demonstra a relevância desta afirmativa, ao constatar que as mesmas geraram em 2011, 27% do valor adicionado do conjunto de atividades pesquisadas, observando-se desta forma um aumento percentual considerável quando comparado a anos anteriores, onde em 2001 foi detectado 23,2% e em 1985 21% do valor adicionado (RELATÓRIO EXECUTIVO SEBRAE, 2015). Ainda de acordo com boletim número 61, dos Estudos e Pesquisas Sebrae (2017), esta importância também deve se referir em termos de emprego e remunerações. A CNDL & SPC Brasil (2015), em sua pesquisa do Perfil das Micro e Pequenas Empresas Brasileiras, entendem a atuação das MPEs como fundamental para a base da formação da riqueza no Brasil.



O levantamento feito pelo Sebrae em 2015, demonstra a relevância das MPEs na economia brasileira. Esta relevância é demonstrada na Tabela 1 onde se observa na coluna à esquerda a região sudeste com seus respectivos estados, na coluna ao centro a participação da região e de cada estado no PIB nacional e na coluna da direita a participação das MPEs, relativas ao PIB da região e de cada estado.

Tabela 1: PIB por Região e UF, e participação em % das MPEs.

Região e UF	Participação do PIB Nacional 2009-2011	Participação das MPEs 2009-2011
Sudeste	54,4%	65%
Minas Gerais	9,4%	60%
Espírito Santo	2,1%	69%
Rio de Janeiro	10,9%	63%
São Paulo	32,0%	66%

Fonte: Adaptado do Relatório Executivo Sebrae (2015).

2.2. PERFIL EMPREENDEDOR

Empreender pode ser caracterizado como um reconhecimento perante a sociedade, como a realização pessoal do empreendedor motivando-o para ao trabalho, aceitando desenvolver o seu potencial empreendedor e ao mesmo tempo um desafio para sua vida (OLIVEIRA LIMA-FILHO *et al.*, 2009). Não existe uma receita básica para ser empreendedor, porém, empreendedores genuínos possuem características comuns e outras que os distinguem de outros empreendedores, tais como: criatividade, ousadia e perseverança. Porém, empreender necessita e outras bases, tais como: aprendizado contínuo, orientações e constantes correções de rumos (CIELO, 2001).

A literatura enumera diversas características e comportamentos empreendedores, e destaca a necessidade de realização, capacidade de correr riscos calculados, iniciativa, busca de oportunidades, capacidade de tomar decisão, planejamento, entre outras, como características que as diferenciam das pessoas comuns, mas também há outros fatores que podem influenciar os comportamentos empreendedores, como o ambiente socioeconômico, tecnológico e até a cultura de uma região (BARRETO *et al.*, 2012)

O papel do empreendedor é fundamental para o desenvolvimento de uma sociedade, intensificado nas últimas décadas em função do avanço tecnológico, demandando cada vez mais de pessoas empreendedoras, tendo como base a inovação e a qualidade. (LA FALCE, *et al.*, 2012).

O Brasil apresenta um mercado altamente competitivo, o que remete a preocupação nas habilidades de empresas e pessoas, na busca por sobreviverem neste mercado (GEM, 2004). Ainda de acordo com o mesmo autor, o Brasil está entre os países que mais empreendem no mundo, porém, os fatores que motivam este comportamento estão na necessidade de sobrevivência, diferente de outros países que empreender está mais relacionado às oportunidades de negócio.

2.3. A ANÁLISE DE CONTEÚDO

Conforme Bardin (2011), a Análise de Conteúdo (AC) é formada por um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos com o objetivo de descrever o conteúdo das mensagens. Segundo o mesmo autor, o teste por associação de palavras é o teste mais antigo dentre os testes capazes de projetar estados interiores. Na



psicologia clínica ajuda a localizar as zonas de bloqueamento e de rejeição de um indivíduo. Bardin (2011) recomenda que os sujeitos associem, livre e rapidamente, a partir da audição das palavras indutoras (estímulos), outras palavras (respostas) ou palavras induzidas as respostas a perguntas abertas de um questionário. Resumidamente a AC está organizada em: i) pré- análise; ii) exploração do material; e iii) tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação.

Segundo Mendes e Miskulin (2017), este método pode auxiliar com os dados coletados em entrevista ou documentos, e que despontam para uma possível resposta para a questão de investigação. É resultante de testes de associação de palavras (estereótipos e conotações). O teste objetiva estudar os estereótipos sociais espontaneamente partilhados pelos membros de um grupo relativo a certas profissões ou países por meio de um teste de associação de palavras a uma amostra de indivíduos. Este teste é utilizado para fazer surgir espontaneamente associações relativas às palavras exploradas ao nível dos estereótipos que criam.

De acordo com Franco (2005), a AC tem como recurso principal a mensagem da comunicação - verbal, gestual, silenciosa, figurativa ou documental – que expressa um significado e sentido, considerando condições textuais, sob uma concepção crítica e dinâmica da linguagem com seus componentes cognitivos, afetivos, valorativos e ideológicos, conforme a perspectiva teórica do pesquisador em relação à proposta do estudo. Ainda citando o mesmo autor, a metodologia possui cinco elementos básicos: um emissor; um processo; uma mensagem; um receptor; e seu processo decodificador.

Baseados em Bardin (2011) e Franco (2005), Mendes e Miskulin (2017) criaram a Figura 1 que demonstra o desenvolvimento de uma pesquisa de AC. Primeiramente os autores passaram pela pré-análise (a) onde os dados foram organizados com o objetivo de constituir o conjunto de documentos a serem submetidos aos procedimentos analíticos da pesquisa. Nesta fase foi realizada uma leitura flutuante do material buscando percepções contidas nas mensagens para a escolha dos documentos que se tornam o corpus da pesquisa para a próxima fase. Segundo Bardin (2011), o objetivo da pré-análise é escolher os documentos a serem submetidos à análise e formular hipóteses para a elaboração de indicadores para a interpretação final.

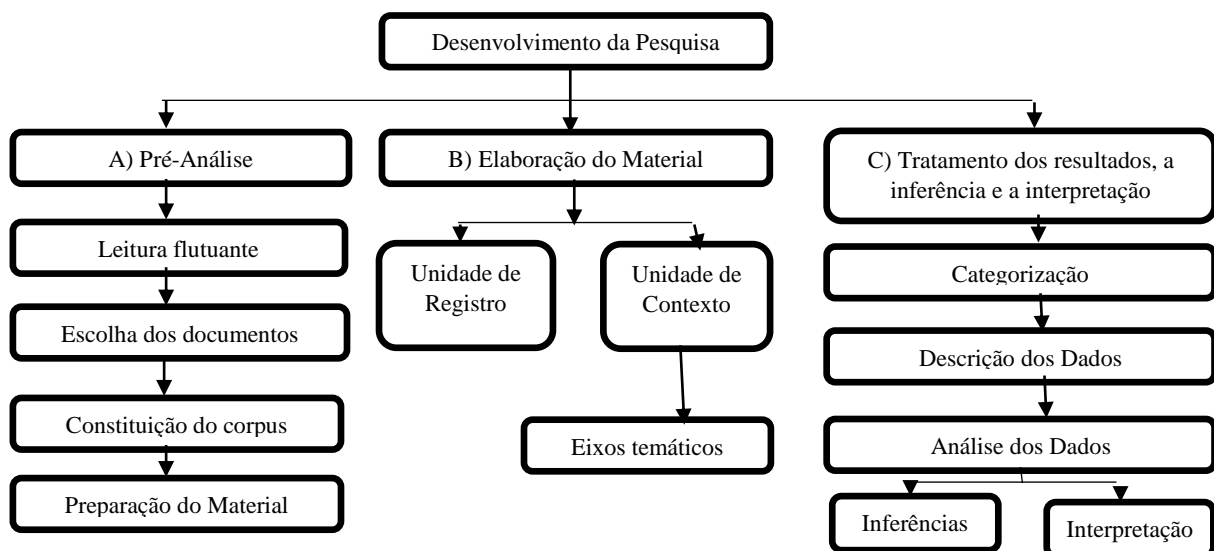


Figura 1: Desenvolvimento da Pesquisa de A.C.

Fonte: Mendes e Miskulin (2017)



Na exploração do material (b) o corpus é estudado mais a fundo com o objetivo de estabelecer duas unidades: i) unidade de registro, que pode ser o tema de pesquisa ou uma determinada palavra entre outros itens; e ii) unidade de contexto que diz respeito ao eixo temático encontrado em comum na análise do material.

Na fase de tratamento dos dados (c), estes ganham significados por meio de quadros e tabelas a partir dos eixos encontrados. Nesta última etapa os autores seguiram os princípios de Bardin (2011) e Franco (2005), conforme a seguir:

- Exclusão mútua: não incluir um mesmo dado em mais de uma categoria;
- Homogeneidade: estar de acordo com os temas estabelecidos;
- Pertinência: quando uma categoria está adaptada ao material escolhido e pertence ao quadro teórico definido;
- Objetividade e a fidelidade: as categorias devem ser aplicadas ao longo de toda a análise para que outros pesquisadores possam chegar a resultados semelhantes utilizando os mesmos procedimentos garantindo objetividade e fidedignidade; e
- Produtividade: resultados prolíferos para novas hipóteses.

3. METODOLOGIA UTILIZADA

Visando o objetivo de identificar características em determinados indivíduos (proprietários de empresas) por possuírem certa característica em comum (empreender) e de certa forma sistematizada, o presente trabalho utiliza da abordagem qualitativa visando uma AC a partir de entrevistas realizadas com empreendedores. Para tanto, escolhemos como amostras três empreendedores das cidades de Resende, Volta Redonda e Mendes, cidades estas localizadas na Região Sul Fluminense do Estado do Rio de Janeiro. O Quadro 1 exibe os passos utilizados na presente pesquisa que serão percorridos em seguida. Com o objetivo de justificar e ilustrar o uso da AC se faz necessário lembrar que a mesma também foi utilizada na pesquisa de Barreto e Nassif (2014) para verificar comportamento de empreendedores de MPE; na pesquisa de Mello *et al.* (2006) para verificar competências empreendedoras de dirigentes de empresas de médio e grande porte; e na pesquisa de Kenski e Marcondes (2017) para verificar como um determinado programa de inovação auxiliou pequenas empresas de base tecnológica.

Quadro 1: Processos Metodológicos

FASE	DESCRIÇÃO
1	Revisão da literatura sobre o tema pesquisado
2	Elaboração do questionário
3	Seleção dos entrevistados
4	Aplicação do questionário em forma de entrevista
5	Transcrição das entrevistas
6	Seleção e organização do material
7	Categorização das respostas
8	Análise dos resultados

Fonte: Elaborada pelos autores

Na fase 1, foi realizada a revisão da literatura sobre o tema pesquisado, dando destaque a atuação das Micro e Pequenas Empresas Brasileiras, ao perfil dos Micro e Pequenos Empreendedores Brasileiros e ao método Análise de Conteúdo.



Na fase 2, o questionário foi baseado em seis perguntas, onde a primeira era apenas para o entrevistado se identificar e as demais visavam evidenciar características referentes ao seu perfil para obter consenso e/ou dissenso entre os entrevistados. O mesmo foi também baseado no levantamento do estudo da literatura sobre o tema.

Na fase 3, com relação a escolha dos entrevistados, procurou-se por empreendedores que tinham diferentes tempos de empreendimentos para verificar se há diferença com relação ao amadurecimento do indivíduo. Assim a pesquisa conta com três indivíduos com tempo de empresa diferente: 2 anos, 3 anos e 4 anos.

A fase 4 limitou-se a aplicação do questionário em forma de pesquisa. Cada entrevista foi realizada por um entrevistador diferente e levou-se em média sete minutos e meio em cada uma das entrevistas.

Na fase 5, ao se realizar a transcrição das entrevistas, e faz necessário informar que nenhum entrevistador transcreveu sua própria entrevista. Elas foram trocadas entre os entrevistadores a fim de se obter um melhor entendimento de todos, sobre todas as entrevistas e para se obter um melhor consenso da AC.

Na fase 6, foram selecionados os trechos das entrevistas que respondiam de forma resumida a cada pergunta. A organização do material foi realizada através do Quadro 2, onde é possível verificar as perguntas do questionário e as respectivas respostas de cada participante com suas próprias palavras.

Quadro 2: Questionário e respostas dos entrevistados

1) O entrevistado e seu negócio	1) Eng. Mecânico	2) Eng. Computação	3) Advogado
	2 anos de empresa Prestação de Serviço	3 anos de empresa Comércio	4 anos de empresa Comércio
2) Como surgiu oportunidade para empreender	“Com a crise toda que foi instalada aqui na região, muitas pessoas perdendo emprego e eu também um pouco preocupado com o que poderia acontecer comigo, decidi empreender”	“Buscou a oportunidade, pois sempre quis ter seu negócio”	“Pela mãe oftalmo, seus clientes reclamavam muito da qualidade dos óculos, daí surgiu oportunidade de negócio.”
3) Quais os desafios no empreendedorismo	“O maior desafio do empreendedor está no espelho, ou seja, ele mesmo. Não há limite, não há barreira, depende da quantidade de esforço que você quer colocar no seu negócio.”	“Sazonalidade... carga de tributos, custo com funcionários e aluguel... Buscar outras opções de produto.”	“No início a falta de conhecer o mercado. Atualmente, o monopólio do setor em Volta Redonda e a prática de deslealdada concorrência”
4) Como o negócio impacta na vida dos clientes	“Construímos planos de futuro... a grande maioria que chega pra conversar comigo, eles querem ter conhecimento financeiro por que tem algum plano futuro.”	“Com foco na alegria das crianças.”	“Entregando produto de qualidade para o cliente, sendo honesto com o cliente.”
5) qualidades importantes para um empreendedor	Energia.	“Pensar na sociedade como um todo. Muita perseverança.”	Conhecer o mercado; dedicar-se ao negócio
6) Qual a perspectiva para os futuros empreendedores	"O Brasil é um poço de oportunidades, uma população enorme, e carente de serviços, qualquer tipo de negócio que você imagine que as pessoas poderiam pagar...Carece de bons serviços de alta qualidade"	“Mudança social e política. Muito trabalho e dedicação e fazer o que gosta.”	"O Brasil é um eterno país do futuro, então é arregaçar a manga e trabalhar."

Na fase 7, após a organização de todo o material coletado, foi dada prioridade a fase de exploração. Nesta fase, cada uma das respostas obtidas, foi categorizada de acordo com as características e o perfil de cada um dos entrevistados, cada uma destas respostas pode ser vista como a unidade de registro da AC, tendo em vista tratar-se do tema objeto da pesquisa realizada.

Por fim, em sua última etapa, na fase 8, cada uma das respostas foi alinhada de acordo com a unidade de contexto que diz respeito ao eixo temático encontrado em comum na análise do material coletado, e foram realizadas as devidas análises. O quadro 3 a seguir, que foi formulado e usado por Cielo (2001) em sua dissertação, será utilizado para auxiliar na investigação das principais características dos indivíduos ditos empreendedores pela literatura. O quadro é denominado “Modelo para Análise do Perfil Empreendedor”, e é uma ferramenta indispensável para se efetuar tal análise.

Quadro 3: Modelo para análise do perfil empreendedor

Características	Especificação
Necessidades	Aprovação; Independência; Desenvolvimento pessoal; Segurança; Auto Realização.
Conhecimento	Aspectos técnicos relacionados ao negócio; Experiência na área comercial; Escolaridade; Experiência em empresas; Formação complementar; Vivência com situações novas.
Habilidades	Identificação de novas oportunidades; Valoração de oportunidades e pensamento criativo; Comunicação persuasiva; Negociação; Aquisição de informações; Resolução de problemas.
Valores e atitudes	Existenciais; Estéticos; Intelectuais; Morais; e Religiosos.
Marca da família	Trajetória empreendedora da família; Adulter precoce; Modelo e apoio na infância; Diretrizes psicológicas; Cenas primais; Amigo fiel.
Contexto	Conjuntura econômica, política e social; Tecnologia de ponta; Desemprego; Migrações.

Fonte: Adaptado de Cielo (2001)

Tais informações serão apresentadas na próxima seção que diz respeito aos resultados obtidos na pesquisa.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção do artigo serão desenvolvidos os dois últimos passos denotados nos procedimentos metodológicos, para apresentar e analisar os dados, as respostas serão categorizadas e analisadas conforme as unidades de registro e de contexto. Primeiramente cada entrevista será analisada individualmente de acordo com a unidade de registro – as características de cada empreendedor. Após a análise individual de cada entrevista será discutido o eixo em comum dos entrevistados – unidade de contexto.

Os quadros 4, 5 e 6 a seguir, apresentam os dados obtidos em cada entrevista e as transcrições das mesmas.

**Quadro 4:** Entrevistado 1 com 2 anos de atuação no mercado

ENTREVISTADO 1) ENGENHEIRO MECÂNICO; 2 ANOS DE EMPRESA; PRESTAÇÃO DE SERVIÇO		
Características	Especificação	Transcrição da Entrevista
Necessidades	Auto realização; Segurança	"Isso já vem comigo desde o dia em que eu nasci. Sempre empreendi desde de criança."; "muitas pessoas perdendo emprego e eu também um pouco preocupado com o que poderia acontecer comigo, decidi empreender "
Conhecimento	Aspectos técnicos relacionados ao negócio; Vivência com situações novas	"Nos últimos 6/7 anos eu tenho me dedico a entender um pouquinho como é que funciona os mecanismos de investimentos e tenho aplicado isso diariamente aqui na minha família. E a maios ou menos dois anos atrás eu abri uma empresa de educação financeira."
Habilidades	Identificação de novas oportunidades; Valoração de oportunidades e pensamento criativo; Aquisição de informações; Resolução de problemas	"Eu sabia que tinha um conhecimento financeiro interessante que eu podia passar para as pessoas e me perguntei: por que não abrir uma escola e ensinar tudo que eu sei?"; "a grande maioria que chega para conversar comigo querem ter conhecimento financeiro por que tem algum plano futuro"
Valores e atitudes	Existenciais; intelectuais	"Não há limite, não há barreira, depende da quantidade de esforço que você quer colocar no seu negócio. "; "eu me dedico a entender um pouquinho como é que funciona os mecanismos de investimentos "
Marca da família	Modelo e apoio na infância	"Sempre empreendi desde de criança. Sempre inventava pequenas empresas de brincadeira"
Contexto	Conjuntura econômica, política e social Tecnologia de ponta	"com a crise toda que foi instalada aqui na região, muitas pessoas perdendo emprego e eu também um pouco preocupado com o que poderia acontecer comigo, decidi empreender"; "A primeira empresa que abri foi em 99, uma empresa de internet, uma empresa de tecnologia... Essa empresa fazia websites e depois comercio eletrônico também, e essa empresa durou de 99 a 2006 onde eu aproveitei o 'boom' da tecnologia portátil"

Fonte: Elaborado pelos autores

O perfil do entrevistado 1, apresenta um empreendedor que desde a infância já queria ser dono do seu negócio. De boa formação, com várias especializações, e autodidata, já empreendeu duas empresas em períodos distintos de sua vida. A primeira oportunidade em 1999 e que durou até 2006 e a segunda em 2015 e que permanece ativa com pouco mais de 2 anos. Este empreendedor viu a necessidade de apostar novamente com a crise econômica que teve seu início em 2014, com aprofundamento em 2015 e 2016.

Sua preocupação com o futuro o fez pensar em expandir seus conhecimentos financeiros a outras pessoas como educador. Assim, pouco a pouco foi ampliando seu negócio e hoje, para ter capacidade de crescimento e atender as expectativas de seus clientes, usa a tecnologia da informática para automatizar seus controles e gerir o seu negócio e a de seus clientes. Extremamente focado, enérgico e decidido a fazer de seu negócio uma grande empresa de educação financeira e gestão de ativos de investimentos, este empreendedor apresenta várias características empreendedoras clássicas.



Quadro 5: Entrevistado 2 com 3 anos de atuação no mercado

ENTREVISTADO 2: ENGENHEIRO DE COMPUTAÇÃO; 3 ANOS DE EMPRESA; COMÉRCIO		
Características	Especificação	Transcrição da Entrevista
Necessidades	Auto realização	"Sempre quis ter meu negócio"
Conhecimento	Não mencionada	
Habilidades	Identificação de novas oportunidades Resolução de problemas Aquisição de informações Valoração de oportunidades e pensamento criativo	Perseverar para encontrar o ponto ideal para o meu negócio" "Inclusão de novos produtos para meses de baixa nas vendas" "Conheço o perfil econômico de meus clientes" Identifiquei a oportunidade e potenciais necessidades dos consumidores para montar meu primeiro negócio. "Tem que agregar valor para o cliente" "Foco e perseverança"
Valores e atitudes	Morais Existenciais	"Tenho um projeto para aplicar uma parte dos lucros em projetos sociais" "Trabalhar muito, dedicação e fazer o que gosta"
Marca da família	Trajетória empreendedora da família	" Meu Pai e minha mãe são comerciantes" "Meu pai me ajudou a montar o meu primeiro negócio"
Contexto	Conjuntura econômica, política e social	"Ajudar a sociedade com produtos de boa qualidade e bom atendimento" "Mudanças no pensamento político e social, pois acham que o empreendedor tem dinheiro"

Fonte: Elaborado pelos autores

O perfil do entrevistado 2 apresenta uma pessoa que sempre quis ser dono do seu próprio negócio. Seus pais também são comerciantes de sucesso e possuem negócios na sua cidade. De acordo com o entrevistado, as atividades comerciais exercidas pelos pais influenciaram sua visão de dono do próprio negócio, bem como os mesmos o ajudaram na abertura da sua primeira loja. Mesmo enquanto estava empregado, manteve-se focado em abrir o seu próprio negócio, e para isto, viu como fator importante para o sucesso de seu empreendimento, a localização do ponto comercial para sua loja de brinquedos.

Assim que a oportunidade se fez presente, ele imediatamente deixou a empresa em que trabalhava e finalmente pôde inaugurar sua loja de brinquedos. Sua visão de negócio teve como princípio o fato de que na região não havia uma loja de brinquedos, possuidora de qualidade e de diferenciados produtos. Após pesquisas realizadas na região pretendida para o empreendimento, foi possível perceber que potenciais clientes buscavam estes brinquedos em cidades maiores da região.

Também foi possível perceber que este tipo de negócio sofre com a sazonalidade, ou seja, que o primeiro quadrimestre do ano é muito fraco em relação as vendas e que nos dois quadrimestres seguintes esta condição se inverte. O empreendedor tem procurado diversificar nestes períodos de baixa nas vendas, incluindo em seu *portfólio* produtos escolares, e assim tem conseguido manter-se com o mínimo possível para evitar operar no vermelho. Suas características são clássicas, que vem de família, um empreendedor focado e dedicado, criativo e perseverante, que se sente realizado em ter conquistado seu sonho de ter seu próprio negócio.


Quadro 6: Entrevistado 3 com 4 anos de atuação no mercado

ENTREVISTADO 3: ADVOGADO; 4 ANOS DE EMPRESA; COMÉRCIO		
Características	Especificação	Transcrição da Entrevista
Necessidades	Aprovação Auto Realização	" A fidelização dos clientes ao longo do tempo, é difícil o cliente que compra aqui com a gente, não voltar nem que seja para fazer um orçamento" "Se você quer empreender vai trabalhar 80 horas por semana, talvez receba por isto, mas é dono da sua vida do seu rumo"
Conhecimento	Aspectos técnicos relacionados ao negócio Formação complementar	"Desconhecia completamente do mercado, estudei, fiz cursos, me aprofundi, até ter um conhecimento que considero razoável." "Conhecer o mercado, estudar o mercado ou contratar alguém para estudar o mercado que você está entrando. Para mim o principal é conhecer, não ser um aventureiro, dedicação plena, cabeça aberta, saber ouvir o cliente, o funcionário"
Habilidades	Identificação de novas oportunidades	"Mãe que é oftalmologista, dizia que os clientes reclamavam da qualidade dos óculos que as óticas faziam, então enxergamos uma oportunidade para abrir uma ótica"
Valores e atitudes	Morais	"Ofereço produtos de alta qualidade, um produto honesto, os clientes estão pagando pelo que estão levando.
Marca da família	Trajetória empreendedora da família	"Mãe que é oftalmologista"
Contexto	Conjuntura econômica, política e social	"O Brasil é o eterno país do futuro, que rumo o país vai tomar com as eleições presidenciais, então para quem quer empreender sempre vai ter dificuldade. Se você quer ser empregado, vai trabalhar 40 horas por semana e não vai ser dono da sua vida e vai ganhar seu salário. Se você quer empreender vai trabalhar 80 horas por semana, talvez receba por isto, mas é dono da sua vida do seu rumo"

Fonte: Elaborado pelos autores

O entrevistado 3, apresenta em seu perfil, um jovem empreendedor que viu uma oportunidade para investir, quando a mãe médica oftalmologista, identificou uma lacuna ao perceber que os seus pacientes sempre reclamavam dos serviços e da qualidade dos óculos disponíveis nas óticas da cidade em que atua. Diante deste fato, decidiu conhecer o mercado, estudou sobre o assunto, os concorrentes, fornecedores e clientes.

Hoje é dono de duas óticas que tem como proposta de valor, produtos de boa qualidade e preços justos, primando pela honestidade. Sua proposta de fidelização através destes dois atributos contribui para que se mantenha num mercado que é dominado por um monopólio, onde cerca de 70% das óticas da sua cidade e região são do mesmo dono. A concorrência é bastante forte e a pressão por preços baixos é constante. Seu perfil segue a linha clássica dos empreendedores, de dedicação e perseverança, energia e foco no negócio. Entende que os desafios são muito grandes, desde as questões tributárias e burocracias, a concorrência e a instabilidade econômica prejudicam diretamente seu negócio, e cabe ao empreendedor manter-se focado integralmente ao seu negócio.

Visando seguir o método de AC, o quadro 7 conta com a categorização das respostas onde pode ser visto o eixo temático encontrado em comum na análise do material bem como as respostas incomuns.

**Quadro 7:** Categorização das respostas

Características	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
	Engenheiro Mecânico; 2 anos de empresa; Prestação de Serviço	Engenheiro de Computação; 3 anos de empresa; Comércio	Advogado; 4 anos de empresa; Comércio
Necessidades	Auto realização; Segurança	Auto realização	Aprovação/Auto Realização
Conhecimento	Aspectos técnicos relacionados ao negócio; Vivência com situações novas	Não mencionada	Aspectos técnicos relacionados ao negócio; Formação complementar
Habilidades	Identificação de novas oportunidades; Valoração de oportunidades e pensamento criativo; Aquisição de informações; Resolução de problemas	Identificação de novas oportunidades; Resolução de problemas; Aquisição de informações; Valoração de oportunidades e pensamento criativo	Identificação de novas oportunidades
Valores e atitudes	Existenciais; intelectuais	Morais; Existenciais	Morais
Marca da família	Modelo e apoio na infância	Trajetória empreendedora da família	Trajetória empreendedora da família
Contexto	Conjuntura econômica, política e social; Tecnologia de ponta	Conjuntura econômica, política e social	Conjuntura econômica, política e social

Fonte: Elaborado pelos autores

Ao analisar o Quadro 7, é possível perceber que a auto realização é uma necessidade presente em todos os entrevistados, percebe-se ainda, porém em um grau menor, a necessidade de segurança no empreendimento e a aprovação do mesmo pelo setor. Com relação ao conhecimento necessário para a condução do negócio, foi possível detectar a necessidade de conhecimento dos aspectos técnicos relacionados ao negócio, a vivência com situações novas e formação complementar. Identificar novas oportunidades é uma habilidade inerente ao empreendedor, contudo, também é possível dar destaque a habilidades tais como: valoração de oportunidades e pensamento criativo, aquisição de informações e resolução de problemas. No quesito valores e atitudes foi possível verificar valores morais, intelectuais e existenciais. A trajetória empreendedora da família e o apoio da mesma mostrou-se uma marca em comum no perfil dos empreendedores. O contexto da conjuntura econômica, política e social é o fator de grande influência quando se decide empreender em nosso país.

5. CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou identificar as qualidades de empreendedores de MPes, na Região Sul Fluminense, e contou com a participação de empreendedores de três cidades diferentes, possuidores de negócios diferentes e com tempo de empresa distintos. Para tal, foi realizada uma entrevista com cada participante que contou com um questionário estruturado de seis questões a fim de demonstrar as características dos empreendedores. Para a análise da entrevista o estudo utilizou a Análise de Conteúdo como metodologia para se extrair as informações necessárias.



Ao categorizar as respostas dos entrevistados identificamos algumas características em comum e outras incomuns que foram vistas no Quadro 7. Nota-se que todos entrevistados tiveram como necessidade a autorrealização do sonho de empreender. O que evidencia que o empreendedorismo é algo que vem do ‘berço’ e busca-se conforme seu amadurecimento. Mas também se nota que esperam o momento certo para a identificação de oportunidades, ponto em comum também na característica de habilidades. Outro ponto comum, veio no quesito conhecimento, onde dois dos três entrevistados afirmaram a necessidade de possuir conhecimento técnico sobre o negócio. Com relação a valores e atitudes dos empreendedores, nota-se que valores morais e existenciais são levados em consideração quando se trata de empreender. Com relação à marca da família, um teve apoio na infância e os outros já vinham de uma trajetória de empreendedores dentro de suas casas. Na análise do contexto que os levou a empreender, todos partiram da conjuntura econômica, política e social vivenciada, todos abriram suas empresas em um cenário político e econômico instável no Brasil, que foram os anos de 2014, 2015 e 2016.

Concluindo este trabalho de forma resumida, o perfil do empreendedor de MPEs, levando-se em conta os que aqui foram entrevistados, conta com a necessidade de auto realização de seu desejo de empreender, com a base do conhecimento técnico do negócio, com a habilidade de identificação de oportunidades, com os valores morais e existenciais, com o apoio e trajetória da família e com o contexto socioeconômico e político nacional.

Este trabalho se limita a três entrevistas de empreendedores de três cidades diferentes. Para um estudo mais robusto sugerimos que sejam realizadas mais entrevistas com diferentes empreendedores e em mais cidades da região Sul Fluminense. Ademais é possível também realizar uma estratificação dos tipos de negócios entre prestação de serviços e comércio, buscando-se consenso e diferença entre eles.

REFERENCIAL TEORICO

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRETO, J. C., NASSIF, V. M. J. **O Empreendedor Líder e a Disseminação da Orientação Empreendedora**. Revista Brasileira de Gestão e Negócios, vol.16, n.51, pp.180-198, 2014.

BARRETO, R. R., OLIVEIRA, E. S., DANTAS, A.B., FREIRE DOS SANTOS, P.C. **Potencial empreendedor: uma comparação sob três metodologias**. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – 2012.

CIELO, I.D. **Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

COLBARI, A. **Innovation Culture And Economic Rationality In The Universe Of Small Firms**. Interações, Campo Grande, v. 15, n. 2, p. 237-247, 2014.

CNDL / SPC Brasil. **Perfil das Micro e Pequenas Empresas Brasileiras**. www.spcbrasil.org.br – Acesso em 09 de abr. 2018

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. 2. ed. Brasília: Liber Livro Editora, 2005.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor – 2004. **Executive Report**. [Papers.ssrn.com](http://papers.ssrn.com). Retrieved from <http://library.ecce.me/08010703.pdf>



KENSKI, V. W., MARCONDES, R. C. **O Programa Inovativo da Pequena Empresa (PIPE) da FAPESP como indutor do desenvolvimento de micro e pequenas empresas de base tecnológica.** Gestão e Produção, vol.24, n.4, pp.667-679, 2017.

LA FALCE, J. L., MUYLDER, C. F. **Inovação, qualidade em serviços e empreendedorismo: estudo de caso de uma empresa franqueada do setor de varejo no ramo da moda.** Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2012.

MELLO, S. C. B., LEAO, A. L. M. S. e PAIVA JUNIOR, F. G. **Competências empreendedoras de dirigentes de empresas brasileiras de médio e grande porte que atuam em serviços da nova economia.** Revista de administração Contemporânea, vol.10, n.4, pp.47-69. 2006.

MENDES, R. M., MISKULIN, R. G. S. **A análise de conteúdo como uma metodologia.** Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v. 47, n. 165, p. 1044-1066, 2017.

NETO, J. F. R.; MUÑOZ-GALLEGO, P. A.; SOUZA, C. C.; RODRIGUES, W. O. P. (2013) **As Conexões Entre Orientação Empreendedora, Capacidade de Marketing e a Percepção do Desempenho Empresarial: Evidências Empíricas das Micro e Pequenas Empresas Varejistas.** RAM, Rev. Adm. Mackenzie, V. 14, N. 3, Ed. Especial. São Paulo, SP. Maio/Jun 2013, p. 236-271.

OLIVEIRA, L.F.D.; SPROESSER, R.; CAPISTRANO M.E. **Empreendedorismo e Jovens Empreendedores.** Revista de Ciências da Administração, 11 (24), 246-277, 2009.

SEBRAE. **Boletim Estudos e Pesquisas. Número 61.** www.m.sebrae.com.br – Acesso em 06 de abr. 2018.

SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira: Relatório Executivo.** www.sebrae.com.br – Acesso em 06 de abr. 2018.

SUÁREZ, M.; ZAMBRANO, S. **Los estilos directivos en la micro y pequeña empresa del departamento de Boyacá. Análisis desde sus motivaciones y significados.** Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (2), pp. 143-154, 2015.