

Área: Estratégia | **Tema:** Temas Emergentes em Estratégia

**COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E SUA RELAÇÃO COM A PERFORMANCE DE MPMEs
CATARINENSES**

**RELATION BETWEEN ENTREPRENEURIAL SKILLS AND PERFORMANCE OF SANTA CATARINA
MSMEs**

Karieli Belli De Mello Macedo, Ivanete Schneider Hahn, Rosana Claudio Silva Ogoshi, Aline Ceccatto e Julia

Bianchi

RESUMO

Dados do Sebrae (2018) mostram que as micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. Em 10 anos os valores resultantes dos pequenos negócios aumentaram de R\$ 144 bilhões para R\$ 599 bilhões. Isso torna as micro e pequenas empresas as principais geradoras de riqueza do comércio do Brasil, na indústria de transformação representam 22,5% e na prestação de serviços 36,3%. Representam ainda 52% dos empregados com carteira assinada e 40% dos salários pagos. Este estudo teve como objetivo estudar a relação entre as competências empreendedoras e a performance das MPMEs. Para tal, foi conduzida uma pesquisa quantitativa e descritiva, operacionalizada por meio de uma survey com 47 MPMEs catarinenses. Os resultados mostraram que: (1) os respondentes possuem entre 40 e 58 anos (48,9%) e uma boa parte de 27 a 39 anos (33,3%). Identificou-se também que a maioria deles se encontram no cargo de diretor principal da empresa (52,1%), possuem ensino superior (50%) e são do sexo masculino (58,3%); (2) a maioria dos empreendedores respondentes buscam oportunidades, correm riscos calculados e exigem qualidade e eficiência com frequência em suas atividades realizadas dentro da empresa. Também pode-se observar que apontaram ser sempre persistentes, comprometidos e buscam informações. Ainda demonstraram que com frequência estabelecem metas, planejam e monitoram, mantém rede de contatos, são independentes e autoconfiantes; (3) a maioria (60,4%) estão em alto crescimento das vendas, 14,6% constataram ser muito lucrativas e 68,7% tem lucratividade média a alta as demais são de baixa lucratividade, 68,8% delas possuem boa parte da fatia de mercado (market share) e 14,6% dominam a fatia de mercado. É possível afirmar que as empresas mostram ter uma percepção de desempenho positiva. Por fim, foi possível verificar que há relação entre as competências empreendedoras e a performance de MPMEs.

Palavras-Chave: Empreendedorismo

ABSTRACT

Data from Sebrae (2018) show that micro and small companies (MSMEs) generate 27% of Brazil's GDP. In 10 years, the values resulting from small businesses increased from \$ 144 billion to \$ 599 billion. This makes micro and small enterprises the main generators of trade wealth in Brazil, in the manufacturing industry they represent 22.5% and in the provision of services 36.3%. They also represent 52% of employees with a formal contract and 40% of salaries paid. This study aimed to study the relationship between entrepreneurial skills and the performance of MSMEs. To this end, a quantitative and descriptive research was conducted, operationalized through a survey with 47 Santa Catarina MSMEs. The results showed that: (1) respondents are between 40 and 58 years old (48.9%) and a good part of 27 to 39 years old (33.3%). It was also identified that most of them are in the position of principal director of the company (52.1%), have higher education (50%) and are male (58.3%); (2) Most responding entrepreneurs seek opportunities, take calculated risks, and often demand quality and efficiency in their activities within the company. It can also be noted that they always pointed to being persistent, committed and seeking information. They also demonstrated that they often set goals, plan and monitor, maintain contact networks, are independent and self-confident; (3) the majority (60.4%) are in high sales growth, 14.6% found to be very profitable and 68.7% have medium to high profitability the others are low profitability, 68.8% of them have good market share and 14.6% dominate the market share. It can be said that companies show a positive perception of performance. Finally, it was possible to verify that there is a relationship between entrepreneurial skills and the performance of MSMEs.

Keywords: Competências

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E SUA RELAÇÃO COM A PERFORMANCE DE MPMEs CATARINENSES

1 INTRODUÇÃO

Dados do SEBRAE (2018, *web*) mostram que as micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. Em 10 anos os valores resultantes dos pequenos negócios aumentaram de R\$ 144 bilhões para R\$ 599 bilhões. Isso torna as micro e pequenas empresas as principais geradoras de riqueza do comércio do Brasil, pois correspondem a 53,4% do PIB desse setor. Na indústria de transformação representam 22,5% e na prestação de serviços 36,3%. Ainda de acordo com o SEBRAE (2018), os negócios de pequeno porte têm impactado um bom resultado na performance da economia brasileira sendo 27% do PIB do país, 52% dos empregados com carteira assinada, 40% dos salários pagos e 8,9 milhões de micro e pequenas empresas.

A palavra empreendedorismo é formada por um conjunto de conceitos, como inovação, ideias, criatividade, risco, descoberta e crescimento econômico (AUDRETSCH; KURATKO; LINK, 2015). O empreendedorismo pode ser visto ainda, como o manifesto da capacidade e a vontade dos indivíduos, sendo ela por conta própria ou em equipes, dentro e fora das organizações existentes para perceber e criar novas oportunidades econômicas (novos produtos, novos métodos de produção, novas estruturas organizacionais e combinações de novos produtos para o mercado), e para introduzir as suas ideias no mercado, em face da incerteza e outros obstáculos, tomando decisões sobre localização, forma e a utilização de recursos e instituições (WENNEKERS; THURIK, 1999).

O comportamento empreendedor é livre de contexto, na medida em que pode ocorrer em diferentes tipos de organizações, que vão desde pequenas empresas a grandes corporações, e até mesmo em organizações públicas (AUDRETSCH; KURATKO; LINK, 2015), e a essência do empreendedor é a disposição em buscar oportunidades, independente dos recursos disponíveis (STEVENSON; JARILLO, 1990).

A *performance*, por sua vez, é considerada uma importante ferramenta de controle para as empresas (SIMONS, 2000) e verifica se todas as atividades estão ocorrendo de forma correta dentro das organizações (ROCHA, 2002). É fundamental para sucesso de uma empresa, por isso, é alvo do estudo proposto.

Optou-se por estudar as pequenas e médias empresas, pois, no Brasil a maioria das empresas é deste porte, e têm um papel fundamental na condução do crescimento econômico, criação de emprego e redução da pobreza. Além de estimular os indivíduos a terem seu próprio negócio e por ter as habilidades empresariais necessárias elásticas, se adaptam rapidamente as mudanças do mercado (DURST, EDVARDSSON, 2012; LIN, 2014).

Posto isso, esta pesquisa destina-se a estudar a relação entre as competências empreendedoras dos gestores e a *performance* de MPMEs Catarinenses.

De modo geral, este estudo avança no campo teórico e prático em ao menos três formas. Primeiramente, por verificar o fenômeno do empreendedorismo em MPMEs. Em segundo lugar, estuda um grupo específico de empreendedores, que representam o corpo empreendedor das próximas décadas: os jovens. Em terceiro lugar, o estudo contribui ainda para um grande corpo de pesquisa que busca compreender melhor o empreendedorismo em economias em desenvolvimento (BABBITT; BROWN; MAZAHARI, 2015; POGGESI; MARI; DE VITA, 2015).

2 O EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo (*entrepreneur*) teve sua origem na França e refere-se àquele que assume riscos e começa algo novo. No início do século XVI foi utilizado para designar homens envolvidos na coordenação de operações militares. Por volta de 1700, a palavra começou a ser utilizado naquele país para as pessoas que se associavam a proprietários de terras e trabalhadores assalariados (HISRICH; PETERS, 2014).

Seu nascimento como disciplina é atribuída ao americano Myles Mace, que em 1947 ofereceu o primeiro curso de empreendedorismo na *Harvard University*. Contudo, pode-se encontrar as bases para a criação da teoria do empreendedorismo e de seu conceito à diferentes momentos históricos, conforme exposto no quadro 1.

Quadro 1 - Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do conceito

Anos	Conceito de empreendedorismo
Idade Média	Participante e pessoas encarregadas de projetos de produção em grande escala.
Século XVIII	Pessoas que assumiam riscos de lucro (ou prejuízo), em um contrato de valor fixo com o governo. Richard Cantillon – pessoa que assume riscos é diferente do que fornece capital.
1803	Jean Baptiste Say – lucros do empreendedor separados dos lucros do capital.
1876	Francis Walker – distinguiu entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtenham lucro com habilidades administrativas.
1934	Joseph Schumpeter: o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
1961	David McClelland – o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1964	Peter Drucker – o empreendedor maximiza oportunidades.
1975	Albert Shapero – o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos de fracasso.
1980	Karl Vesper – o empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Gifford Pinchot – o intraempreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1986	Robert Hisrich – o 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.

Fonte: adaptado de Hisrich e Peters (2002).

“O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma idéia (sic.) ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente” (CHIAVENATO; 2012). Atualmente, a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios tradicionais, constantemente criando produtos, métodos de produção ou novos mercados, sobrepondo aos antigos métodos menos eficientes e mais caros (DORNELAS, 2008).

Destarte, o empreendedorismo envolve três dimensões do processo empreendedor: o risco, a inovação e a pró-atividade no desenvolvimento de uma nova e independente unidade de negócio, que pode ser associado, ao processo corporativo (LUMPKIN; DESS, 1996).

A motivação para o empreendedorismo, mais especificamente uma nova unidade de negócio pode ser diferente para cada pessoa, sendo as principais relacionadas a identificação de uma oportunidade de negócios; a experiência anterior; estar desempregado; dispor de capital; insatisfação no emprego; ter sido demitido e recebido indenização (TACHIZAWA, 2007). A literatura levanta ainda que, existe o empreendedor nato, ou seja, aquele que já nasce com as características necessárias para ser um empreendedor de sucesso – mas também, que

indivíduos são empreendedores frutos do meio em que vivem, moldados a todo o momento pela sociedade (DORNELAS, 2008).

De modo comum, os empreendedores possuem características como: “coragem, inovação, espírito aventureiro e audácia. Os traços psicológicos que eles têm em comum são trabalhar duro, ter autoconfiança, otimismo, determinação e um alto nível de energia” (MENEGUIN, 2006, p. 9). Outros fatores que também determinam a personalidade empreendedora são: “necessidade de realização, a crença da capacidade de controlar seu próprio destino e o desejo de correr riscos moderados” (MENEGUIN, 2006, p. 10). Robbins (2000, p. 9) infere que os empreendedores tendem a serem independentes, ou seja, “preferem ser pessoalmente responsáveis por resolver problemas, definir metas e alcançá-las por seus próprios esforços. Valorizam a autonomia e particularmente não gostam de ser controlados”.

Assim, a satisfação pessoal se torna um troféu para os empreendedores, pois podem ver o sucesso depois de muita dedicação na abertura e desenvolvimento do seu negócio. As longas horas dedicadas e muita energia emocional trazem o melhor resultado de todos e principalmente a realização pessoal e profissional do empreendedor (MENEGUIN, 2006).

Os empreendedores estão, aos poucos, eliminando barreiras comerciais e culturais de modo a encurtar as distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos. Como consequência criam relações de trabalho e empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2008).

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 6) o empreendedorismo possui uma função importante “na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões”. Para os autores, esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, isso porque, as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor.

Nesta perspectiva, as oportunidades empreendedoras referem-se as “situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas, e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p. 6). Assim “ser um empreendedor significa agir diante de uma oportunidade que vale a pena ser trabalhada. Isso envolve o pensamento empreendedor, ou seja, os processos mentais com que o indivíduo supera a ignorância para decidir se um sinal representa uma oportunidade ou se reduz dúvidas quanto a essa oportunidade” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p. 7).

Assim, o empreendedorismo exige ação, e o segredo para atendê-la é ter a capacidade de avaliar o nível de incerteza percebido em torno de uma oportunidade e a sua disposição e motivação em enfrentar essa incerteza (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). Deste modo, “o talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas especiais que fazem acontecer. Onde existe este talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios” (DORNELAS, 2008, p. 25).

2.1 COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

As competências do empreendedor são percebidas pela capacidade que o indivíduo tem em entender o ambiente em que está inserido e auxiliar no processo de decisão (BRANDÃO, 2007). Dornelas (2008) relata que o empreendedor bem sucedido possui qualidades próprias e qualidades de administrador que somando com características sociológicas e ambientais contribuem para o surgimento de um empreendimento, para o autor as características empreendedoras são: ser visionário, tomar decisões, fazer a diferença, explorar ao máximo as oportunidades, determinação e dinamismo, dedicação; otimismo e paixão pelo que fazem, independência e construir o próprio destino, ficar rico, líder e

formador de equipes, bem relacionado, organizado, planejamento, possuir conhecimento, assumir riscos calculados e criar valor para a sociedade.

Zarifian (2001) assegura que as características empreendedoras são correlacionadas com as competências empreendedoras pois o colaborador que apresenta as características empreendedoras em seu ambiente de trabalho é visto por suas competências empreendedoras.

Para o estudo das competências empreendedoras, convém apresentar o estudo de Lenzi (2008). O autor, baseado nos estudos de Cooley (1990) e outros autores, criou um questionário de identificação de dez competências empreendedoras. A definição destas competências está apresentada no Quadro 1.

Quadro 1 – Competências empreendedoras e suas dimensões

Dimensão	Questões de análise
Busca de oportunidades	Lidera ou executa novos projetos, ideias e estratégias que visam conceber, reinventar, produzir ou comercializar novos produtos ou serviços.
	Toma iniciativas pioneiras de inovação gerando novos métodos de trabalho, negócios, produtos ou mercados para empresa.
	Produz resultado para a empresa decorrente da comercialização de produtos e serviços gerados da oportunidade de negócio que identificou e captou no mercado.
Correr riscos Calculados	Avalia o risco de suas ações na empresa ou no mercado por meio de informações coletadas.
	Age para reduzir os riscos das ações propostas.
	Está disposto a correr riscos, pois eles representam um desafio pessoal e poderão de fato trazer bom retorno para a empresa.
Exigência de qualidade e eficiência	Suas ações são muito inovadoras, trazem qualidade e eficácia nos processos.
	É reconhecido por satisfazer seus clientes internos e externos por meio de suas ações e resultados.
	Estabelece prazos e os cumpre com padrão de qualidade reconhecido por todos.
Persistência	Age para driblar ou transpor obstáculos quando eles se apresentam.
	Não desiste em situações desfavoráveis e encontra formas de atingir os objetivos.
	Admite ser responsável por seus atos e resultados, assumindo a frente para alcançar o que é proposto.
Comprometimento	Conclui uma tarefa dentro das condições estabelecidas, honra os patrocinadores e parceiros internos.
	Quando necessário, “coloca a mão na massa” para ajudar a equipe a concluir um trabalho.
	Está disposto a manter os clientes (internos e externos) satisfeitos e de fato consegue.
Busca de informações	Vai pessoalmente atrás de informações confiáveis para realizar um projeto.
	Investiga pessoalmente novos processos para seus projetos ou ideias inovadoras.
	Quando necessário, consulta pessoalmente especialistas para lhe ajudar em suas ações.
Estabelecimento de metas	Define suas próprias metas, independente do que é imposto pela empresa.
	Suas metas são claras, específicas e entendidas por todos os envolvidos.
	Suas metas são mensuráveis e perfeitamente acompanhadas por todos da equipe.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Elaboram planos com tarefas e prazos bem definidos e claros.
	Revisa constantemente seus planejamentos, adequando-os quando necessário.
	É ousado na tomada de decisões, mas se baseia em informações e registros para projetar resultados.
Persuasão e rede de contatos	Consegue influenciar outras pessoas para que sejam parceiros em seus projetos viabilizando recursos necessários para alcançar os resultados propostos.
	Consegue utilizar pessoas chave para atingir os resultados que se propõe ou conseguir os recursos necessários.
	Desenvolve e fortalece sua rede de relacionamento interna e externa à empresa
Independência e autoconfiança	Está disposto a quebrar regras, suplantar barreiras e superar obstáculos já enraizados na empresa.
	Confia em seu ponto de vista e o mantém mesmo diante de oposições.
	É confiante nos seus atos e enfrenta desafios sem medo.

Fonte: elaborado a partir de Lenzi (2008)

Esta tipologia será adota neste estudo, para a identificação das competências empreendedoras em micro, pequenas e médias empresas.

2.2 PANORAMA DE PESQUISAS SOBRE EMPREENDEDORISMO EM MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

O empreendedorismo é um tema vastamente discutido na literatura. Contudo, nesta etapa do Trabalho de Conclusão de Curso buscou-se entender como este tema está sendo explorado no contexto das Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs). Para tal, foi desenvolvido um levantamento das publicações brasileiras, que é apresentado nesta seção.

Para proceder o levantamento das produções científicas a respeito do tema no setor empreendedorismo em MPMEs, inseriu-se as palavras ‘MPMEs e em seguida, ‘empreendedorismo’ na plataforma *SPELL*¹. Como resultados, foram selecionados dez artigos que tivessem aderência ao tema em estudo.

Os autores que publicaram sobre o tema são: Abbade, Mores e Spanhol (2014); Brollo (2003); Colbari (2015); Minello et al. (2011); Gondim, Rosa e Pimenta (2017); Krakauer, Albuquerque e Almeida (2013); Martins et al. (2010); Sarfati (2013); Souza et al. (2016). Apresentam-se no quadro 2, as principais contribuições dos trabalhos referenciados.

Quadro 2 – Principais contribuições dos estudos do levantamento bibliométrico

(Continua...)

Autores	Contribuições
Abbade, Moraes e Spanhol (2014)	Estudou o impacto das três dimensões da orientação para o empreendedorismo (proatividade, inovação e aceitação de riscos) nas três dimensões do desempenho organizacional sustentável (social, econômica e ambiental) em MPMEs de diversos segmentos. Os resultados apontaram que as três dimensões sustentáveis são significativamente e positivamente correlacionadas e também demonstraram que a inovação tem impacto apenas no desempenho ambiental e não nas outras dimensões (social e econômica) e também que as outras dimensões da orientação para o empreendedorismo (proatividade, inovação e aceitação de riscos) não tem impacto significativo sobre o organizacional sustentável.
Brollo (2003)	Examinou o papel da gestão e liderança das pequenas e microempresas voltadas para a execução da missão dessas empresas. Essa análise constatou que a falta da liderança e a deficiência no gerenciamento as declarações de missão das micro e pequenas empresas precisam de significado.
Colbari (2015)	Verificou os aspectos do processo de institucionalização do autoemprego, juridicamente incorporado como microempreendedor individual (MEI). Debate sobre informalidade e empreendedorismo. Propõe reflexões sobre a conjunção preferência e/ou constrangimento na inserção produtiva fora do regime salarial; a complexidade de motivações manifestas e latentes embutidas na iniciativa de formalizar uma parcela de trabalhadores historicamente associada à informalidade; o delineamento do perfil do MEI; e as problematizações sobre o significado desse fenômeno em que o autoemprego se institucionaliza pela via da ‘empresarialidade’.
Minello et al. (2011)	Buscaram verificar se os proprietários das lojas de um shopping popular possuem competências empreendedoras, baseado nas competências individuais, competências empreendedoras, empreendedorismo e características empreendedoras, através de um questionário subdividido em três etapas: aspectos socioeconômicos, competências empreendedoras e características empreendedoras. Identificaram que aparentemente não há relação entre os pilares das competências e características empreendedoras. A escolaridade não apresenta impacto em relação às competências e características empreendedoras. Constatou-se que a baixa rede de contatos mostra que os respondentes

¹ A biblioteca eletrônica SPELL® (*Scientific Periodicals Electronic Library*), é um repositório de artigos científicos e proporciona acesso gratuito à informação técnico-científica nas áreas de áreas de Administração, Contabilidade e Turismo.

	não se preocupam em influenciar as pessoas ou fazer novos relacionamentos.
Gondim, Rosa e Pimenta (2017)	Esse artigo buscou estudar a evolução do empreendedorismo como uma opção de renda diante do alto índice de desemprego frente aos acontecimentos do Brasil, como crise econômica e política, desdobramento da operação Lava Jato, entre outras. Relacionou-se o aumento das formalizações de microempreendedor individual (MEI) e as micro e pequenas empresas (MPE) optantes ou não pelo Simples Nacional com os níveis de desemprego durante o período analisado, onde as variáveis dependentes eram registros de MEI; MPE e a variável independente é o nível de desemprego, observou-se que há o aumento do número de formalizações dessas empresas ao longo dos anos por pessoas afetadas pelo desemprego.
Krakauer, Albuquerque e Almeida (2013)	Analisou as atividades de empreendedorismo corporativo em pequenas e médias empresas (PMEs) para identificar qual é a principal característica de uma empresa que cultiva essa estratégia, foi analisado temas relacionados ao empreendedorismo corporativo, características de empresas empreendedoras, gestão de pessoas e contextualização de PMEs. Observou-se que, mesmo a prática do empreendedorismo corporativo ser pouco utilizada por PMEs, traz resultados benéficos. Constatou-se também que empresas empreendedoras possuem características que as diferenciam das demais e que a prática do empreendedorismo corporativo depende da cultura da empresa e das pessoas envolvidas.
Martins et al. (2010)	Visando o aumento da participação das mulheres empreendedoras no mercado de trabalho, esse estudo buscou identificar as características pessoais de empreendedoras relacionadas à origem, educação, trajetória profissional, experiência profissional e vida pessoal e descrever o papel das mulheres empreendedoras nas pequenas e médias empresas. Os resultados demonstraram que os obstáculos são incontáveis e dessa forma as respondentes demonstraram características em comum, como: determinação para alcançar objetivos, atingir metas e superar dificuldades, porém suas vidas particulares foram afetadas de modo diferenciado.
Sarfati (2013)	Essa pesquisa trás um comparativo em políticas públicas de empreendedorismo em micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) no Brasil, no Canadá, no Chile e na Itália. Supôs-se que economias em estágio de inovação desenvolvem mais políticas de empreendedorismo do que as de países no estágio de eficiência.

Fonte: elaborado pelos autores

Como se pode observar, as pesquisas na área são recentes e insuficientes. Há uma análise sobre diferentes focos de análise das competências empreendedoras, contudo, neste levantamento não foi encontrada a relação entre as competências empreendedoras e a percepção de performance de empresários de micro, pequenas e médias empresas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A natureza da pesquisa é quantitativa. Nesta abordagem os resultados podem ser quantificados. Esta pesquisa foi trabalhada com amostra de uma população, na qual se espera que os resultados possam de alguma forma representar a realidade do público-alvo da pesquisa. Tende a comprovar o raciocínio dedutivo, as regras lógicas e outras características mensuráveis da experiência humana (FONSECA, 2002).

A operacionalização da pesquisa se deu por meio de uma *survey*. Este tipo de pesquisa é definido por interrogar diretamente as pessoas sobre determinado comportamento que deseja conhecer (GIL, 2008), neste caso, destinada a empresários de MPMEs catarinenses.

A abordagem da pesquisa é descritiva. O objetivo desse modelo de pesquisa é “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p. 28). Roesch (1999) explica que o objetivo da pesquisa descritiva é alcançar informações sobre determinada população, que nesta pesquisa foram as MPMEs Catarinenses, visto que estas empresas geram 27% do PIB do Brasil (SEBRAE, 2018).

Para acessar as MPMEs, utilizou-se os contatos da Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (FACISC) que disponibilizou contato (e-mail) de associações

comerciais, que por sua vez, encaminharam as empresas associadas. O e-mail encaminhado possuía uma apresentação do trabalho e da acadêmica, e um convite a participar da pesquisa, por meio de um link de acesso.

O *link* encaminhado se referia ao questionário online, elaborado por meio da ferramenta de formulários online do Google Drive. Optou-se em aplicar o questionário online em virtude desta população ter acesso à internet. O convite para participação foi enviado por meio de e-mail dos envolvidos no estudo. A forma da escolha dos respondentes foi aleatória simples, por conveniência, ou seja, a pesquisa é considerada não-probabilística, onde a probabilidade de inclusão de cada indivíduo na população não é conhecida e nem equivalente. Desse modo, a amostra da pesquisa consistiu nos questionários retornados, considerados válidos, sendo obtidos 47 questionários.

As 47 empresas respondentes estão localizadas, em sua maior parte (89,4 %) na região Meio-oeste e o restante distribuídas nas regiões Extremo – Oeste e Norte. Destas, 57,4% atuam na prestação de serviços, seguido comércio e varejo (27,7%), e uma parte menos significativa em indústria de transformação representada por 14,9%.

Em relação a faixa de renda bruta anual da empresa, constatou-se que a maior parte das empresas respondentes (46,8%) possuem uma renda bruta anual maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões, enquanto 38,3% das empresas respondentes possuem renda bruta anual menor que R\$ 360 mil, as microempresas, e uma pequena parte que possui renda bruta mensal maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões que são consideradas as médias empresas.

Este estudo foi operacionalizado por meio de uma *survey*, destinada empresários de MPMEs catarinenses. Esta *survey* conteve dois blocos principais de questões. O primeiro bloco é relativo ao perfil do empreendedor e suas competências empreendedoras, utilizando como base a escala de mensuração desenvolvida por Lenzi (2008). O segundo bloco é destinado ao perfil da empresa e a satisfação com a performance, utilizando como base Brouthers, Brouthers e Werner (1999). Assim, o questionário foi estruturado da seguinte forma:

- **Perfil do empreendedor e competências empreendedoras:** Adaptado de Lenzi (2008). 10 variáveis latentes, compostas por três variáveis observáveis (cada uma), sendo questões fechadas, analisadas por meio de uma escala de Likert de cinco pontos (1-5), variando de (1) nunca e (5) sempre.
- **Perfil da empresa:** Região geográfica onde a sede da empresa está localizada; área de atuação da empresa; Número total de funcionários da empresa; setor a empresa atua; Grau de adoção de tecnologias na linha de produção; qual a faixa de renda bruta anual da empresa no ano de 2017.
- **Performance:** foi verificada, por meio de quatro variáveis não-financeiras e três variáveis financeiras, sendo modelo adaptado de Brouthers, Brouthers e Werner (1999). Verificou-se a satisfação em relação a: (1) crescimento das vendas; (2) nível de vendas; (3) a rentabilidade; (4) quota de mercado; (5) marketing; (6) reputação; (7) distribuição; e (8) o acesso ao mercado. As variáveis foram verificadas por meio de uma escala do tipo Likert, variando entre (1) muito pior a (5) muito melhor.

A coleta de dados teve início em 14 de agosto de 2018 e finalizou no dia 29 de outubro de 2018. A coleta de dados ocorreu de forma eletrônica, o que gerou ganhos de eficiência e importância comparável à concepção e aplicação de questionários autoadministrados (DILLMAN, 2000).

Os dados foram coletados e analisados por meio da ferramenta de gráficos do Microsoft excel e do software *SPSS Statistic 21*. Inicialmente, foi conduzida a preparação da matriz de entrada de dados, onde foram analisados *missing values*, *outliers*, e a normalidade da distribuição de dados. Após isso, realizou-se a análise descritiva dos dados. Em seguida, a

análise univariada das variáveis, onde podemos identificar a apresentação das medidas de média, desvio padrão, valores mínimo e máximo da frequência dos comportamentos. Por fim, foi feita a análise bivariada dos dados, com o objetivo de testar as correlações propostas nos objetivos do estudo.

4 RESULTADOS

As competências empreendedoras são subdivididas em três conjuntos, sendo: conjunto de realização, conjunto planejamento e conjunto de poder. Os resultados de cada conjunto, com suas dimensões está apresentado em seguida.

Tabela 10 – Análise das variáveis latentes das Competências Empreendedoras (n = 47)

Conjunto	Variável latente	Média	Desvio Padrão	Confiabilidade
Realização	Busca de oportunidades	3,99	,753	,859
	Correr riscos calculados	3,92	,614	
	Exigência de Qualidade e Eficiência	4,03	,622	
	Persistência	4,52	,480	
	Comprometimento	4,59	,428	
Busca de informações	Busca de informações	4,34	,743	
	Estabelecimento de metas	4,06	,717	
	Planejamento e monitoramento sistemáticos	3,88	,802	
Poder	Persuasão e rede de contatos	3,78	,823	
	Independência e autoconfiança	3,95	,627	

Fonte: dados da Pesquisa (2019) / Confiabilidade medida por Alpha de Cronbach

Na análise das Competências Empreendedoras, verifica-se a maioria dos empreendedores respondentes buscam oportunidades, correm riscos calculados e exigem qualidade e eficiência com frequência em suas atividades realizadas dentro da empresa. Também apontaram ser sempre persistentes, comprometidos e que buscam informações. Ainda demonstraram que com frequência estabelecem metas, planejam e monitoram, mantêm rede de contatos, são independentes e autoconfiantes.

Em seguida, foi verificada a percepção de desempenho que os respondentes possuem de suas MPMEs.

Tabela 11 – Análise univariada da Percepção de Desempenho (n = 47)

Variável observável	Média	Desvio Padrão	Confiabilidade
Crescimento das vendas	3,64	,987	,938
Nível (índices) de vendas	3,55	,996	
Rentabilidade/ lucratividade	3,34	1,089	
Fatia de mercado (<i>Market share</i>)	3,28	1,155	
Investimento em marketing	3,06	1,150	
Distribuição	3,28	1,117	
Reputação	4,28	,852	
Acesso ao mercado	3,87	1,076	

Fonte: dados da Pesquisa (2019) / Confiabilidade medida por Alpha de Cronbach

No que tange a percepção de desempenho dessas empresas, constatou-se que, a maioria (60,4%) estão em alto crescimento das vendas, 14,6% constataram ser muito lucrativas e 68,7% tem lucratividade média a alta as demais são de baixa lucratividade, 68,8% delas possuem boa parte da fatia de mercado (*market share*) e 14,6% dominam a fatia de mercado. Além disso, 41,6% investem altamente em marketing. Em relação a distribuição, apenas 12,5% dessas empresas estão bem distribuídas, e a maioria delas (52,1%) mostra ter um nível de reputação elevado e 68,7% delas demonstraram ter acesso ao mercado significativo. Verifica-se que as empresas se mostram satisfeitas de uma forma intermediária (porém positiva) com seu desempenho relativo ao crescimento e nível de vendas, lucratividade, *Market share*, investimento em marketing e distribuição. Por outro lado, mostram-se satisfeitos com sua reputação e acesso ao mercado.

Transcorrida essa etapa inicial de apresentação descritiva dos resultados, procedeu-se a análise bivariada, de modo a verificar se há alguma correlação (positiva ou negativa) entre as competências empreendedoras e a percepção de desempenho das MPMEs estudadas. Nesta etapa, de modo a estabelecer correlações exploratórias entre as variáveis em análise, procedeu-se a análise de correlação por meio do coeficiente linear de correlação de Pearson (Tabela 1).

Cabe ainda, antes da avaliação das relações verificadas apresentar o significado dos coeficientes de correlação de Pearson (r). De acordo com o explicitado em Hair Jr. et al. (2005) é considerada uma: (1) relação muito forte quando a variação é entre 0,91 e 1,00; (2) alta quando a variação é entre 0,71 e 0,90; (3) moderada quando a variação é de 0,41 e 0,70; (4) pequena, mas definida quando varia entre 0,21 e 0,40; e (5) leve, quase imperceptível quando a variação encontra-se entre 0,01 e 0,20.

Dentre as relações obtidas, cabe evidenciar a relação moderada da “Busca de Oportunidade” com as variáveis de crescimento de vendas, nível de vendas, rentabilidade/lucratividade e fatia de mercado (*Market share*), com relação ao “Comportamento de Correr Riscos Calculados” ele também apresenta uma relação moderada com o crescimento de vendas, a rentabilidade/lucratividade, a fatia de mercado (*Market share*). A distribuição e o acesso ao mercado, em relação a “Exigência de Qualidade e Eficiência” apresentou uma relação forte com nível de vendas, rentabilidade/lucratividade, fatia de mercado (*Market share*), investimento em marketing, distribuição e reputação.

A “Busca de Informações” apresenta relação com o crescimento das vendas, o nível de vendas, a rentabilidade/lucratividade, fatia de mercado (*Market share*), investimento em marketing, distribuição e acesso ao mercado. **É importante ressaltar que as competências “Planejamento e Monitoramento Sistemáticos” e “Persuasão e Rede de Contatos” se relacionam com todas as variáveis observáveis de forma moderada e alta.** Por exemplo, a relação com distribuição apresentou uma relação alta, as demais apresentaram-se com nível moderado, porém bastante significativos nos resultados das empresas. Por fim, cabe evidenciar a relação moderada entre as competências empreendedoras e a performance das MPMEs.

Tabela 1 – Relação das dimensões das competências empreendedoras com a percepção de desempenho (n = 47)

	BOP	CRC	EQE	PER	COM	BIN	ESM	PMS	PRC	INA	CEM_ Total
Crescimento das vendas	,308*	,346*	,269	,027	,144	,379**	,166	,587**	,572**	,162	-
Nível (índices) de vendas	,295*	,273	,342*	,077	,196	,357*	,233	,624**	,527**	,212	-
Rentabilidade/ lucratividade	,356*	,441**	,388**	,094	,146	,310*	,185	,543**	,567**	,191	-
Fatia de mercado (<i>Market share</i>)	,394**	,307*	,349*	,046	,202	,386**	,232	,558**	,596**	,106	-
Investimento em marketing	,193	,212	,311*	,148	,466**	,406**	,373**	,629**	,497**	,054	-
Distribuição	,287	,338*	,350*	,061	,300*	,346*	,348*	,658**	,688**	,110	-
Reputação	,082	,139	,350*	,186	,174	,111	,302	,428**	,406**	,307**	-
Acesso ao mercado	,205	,335*	,267	,090	,216	,391*	,245	,570**	,582**	,153	-
Performance (total)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	,587**

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

** A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Notas: Busca de oportunidades (BOP); Correr riscos Calculados (CRC); Exigência de qualidade e eficiência (EQE); Persistência (PER); Comprometimento (COM); Busca de informações (BIN); Estabelecimento de metas (ESM); Planejamento e monitoramento sistemáticos (PMS); Persuasão e rede de contatos (PRC) e Independência e autoconfiança (INA); CEM_Total (Competências Empreendedoras (total)).

5 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS

Esta seção está reservada para apresentar as implicações teóricas e práticas dos resultados obtidos neste estudo, que buscou estudar a relação entre as competências empreendedoras dos gestores e a *performance* de MPMEs Catarinenses.

O primeiro resultado que cabe ser evidenciado é que o planejamento e monitoramento sistemático e a capacidade de persuasão e rede de contatos são as características empreendedoras mais determinantes no desempenho das MPMEs. Neste cenário, mais do que nunca, planejar se torna uma tarefa indispensável nas organizações de pequeno e grande porte (FREZATTI, 2017).

Outra competência que se apresentou com destaque nos resultados da pesquisa foi a Persuasão e Rede de Contatos, que também está interligada com a competência de Busca de Informações, que juntamente apresentou um alto impacto na *performance* das empresas. Isso mostra o quanto é importante para as empresas ter *networking* (rede de contatos). O *networking* permite a empresa conseguir informações sobre seus clientes, como de seus fornecedores e de seus concorrentes, e mantendo essa relação ela fideliza seus clientes, fortalece parcerias, e fica atualizada sobre os fatores que acontecem ao seu redor. “Networking não é apenas conhecer pessoas, mas fazer contatos que possam trazer benefícios para ambos os lados” (GLOBO, 2017).

Estes resultados trazem algumas reflexões para a prática. A primeira se refere ao desenvolvimento de equipes. Os resultados sugerem que as organizações devem pautar sua busca por profissionais nas competências empreendedoras do profissional. Isso porque, estas competências são se mostram determinantes no desempenho das empresas de micro, pequeno e médio porte.

A segunda reflexão diz respeito a necessidade de atividades e escolas que ofereçam atividades para o desenvolvimento das competências empreendedoras, tanto de empresários, quanto de estudantes e da comunidade em geral. É senso comum que o empreendedorismo pode ser desenvolvido na pessoa, e sabendo seu impacto no desenvolvimento das empresas (na sua percepção multifacetada de desempenho), torna-se extremamente importante.

6 CONCLUSÕES

Sabendo que o empreendedorismo no Brasil está crescendo constantemente, e que a maioria dos empreendedores possuem empresas de pequeno porte, o presente estudo teve como objetivo geral estudar a relação entre as competências empreendedoras e a *performance* das MPMEs. Para alcançar o objetivo, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa e descritiva, operacionalizada por meio de uma *survey* com 47 MPMEs catarinenses.

Foi possível verificar que há relação entre as competências empreendedoras e a *performance* de MPMEs. Entre as competências, foi possível concluir que o planejamento e monitoramento sistemáticos e a persuasão e rede de contatos são as características empreendedoras decisivas no desempenho das MPMEs. Essas características apontaram relação moderada com o desempenho das MPMEs em relação ao crescimento e nível das vendas, lucratividade, fatia de mercado, marketing, distribuição, reputação e acesso ao mercado. Exigência de qualidade e eficiência e busca de informações foram características empreendedoras que apontaram correlação pequena, porém definida com a maioria das variáveis de percepção de desempenho que impactam na *performance* (desempenho) das empresas. Sendo assim, os resultados mostram que planejar e monitorar, ter persuasão e manter rede de contatos é fundamental para o desempenho das empresas.

Mesmo tendo atingido os objetivos propostos da pesquisa, este trabalho de conclusão de curso apresentou algumas limitações. A dificuldade de acessar todas as empresas

catarinenses impediu a montagem de amostras estatisticamente representativas e, antes disso, a definição de critérios de estratificação. Assim, a amostra desta pesquisa foi constituída como uma amostra não probabilística e intencional, na qual a chance de seleção de um componente da população é desconhecida e a seleção de elementos para a amostra não é necessariamente feita com o objetivo de ser estatisticamente representativa da população (HAIR et al., 2005).

REFERÊNCIAS

ABBADE, E. B.; MORES, G. V.; SPANHOL, C. P. The impact of entrepreneurial orientation on sustainable performance: evidence of MSMEs from Rio Grande do Sul. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 8, n. 2, p. 49-62, 2014.

AUDRETSCH, D.B.; KURATKO, D.F.; LINK, A.N. **Making Sense of the Elusive Paradigm of Entrepreneurship** Department of Economics. University of North Carolina: Working Paper Series, 2015.

BABBITT, L.G.; BROWN, D.; MAZAHARI, N. Gender, Entrepreneurship, and the Formal–Informal Dilemma: Evidence from Indonesia. **World Development**, v.72, p. 163-174, 2015.

BRANDÃO, M.M. **A influência das competências empreendedoras e dos sistemas de relações sociais na decisão de empreender na área de serviços de fisioterapia**. 2007. 95f. Dissertação de Mestrado. Universidade FUMEC. Belo Horizonte, MG. 2007.

BROLLO, M. X. Empreendedorismo, liderança e gerenciamento nas Pequenas e Microempresas. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v. 1, n. 1, p. 97-112, 2003.

BROUTHERS, L. E.; K. D. BROUTHERS; WERNER, S. Is Dunning's eclectic framework descriptive or normative? **Journal of International Business Studies**, v. 30, n. 4, p. 831-844, 1999.

COOLEY, L. **Entrepreneurship Training and the Strengthening of Entrepreneurial Performance**. Final Report. Washington: USAID, 1990.

COLBARI, A. L. Do auto emprego ao microempreendedorismo individual: desafios conceituais e empíricos. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 4, n. 1, p. 169-193, 2015.

CURY, A.C.H.; ROSSETTO, C. R. Formação de competências no ensino superior: um estudo de caso nas instituições de ensino superior na cidade de Cascavel/PR. In: 3º ENEO – Encontro de Estudos Organizacionais. 2004, São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.

DILLMAN, D.A. **Mail and Internet surveys: the tailored design method**. 2ª ed. New York: Wiley& Sons, 2000.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DURST, S.; EDVARDSSON I. R. Knowledge management in SMEs: a literature review. **Journal of Knowledge Management**, v. 16, n. 6, p. 879-903. 2012.

FONSECA, J.J.S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FREZATTI, F. **Orçamento Empresarial: Planejamento e Controle Gerencial**. São Paulo: Atlas, 2017.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBO. **Pequenas empresas & Grandes negócios**. Networking não é só conhecer pessoas. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2017/11/networking-nao-e-so-conhecer-pessoas.html> . Acesso em: 23 de novembro de 2018.

GONDIM, M. D.; ROSA, M. P.; PIMENTA, M. M. Crise versus Empreendedorismo: Microempreendedor Individual (MEI) como Alternativa para o Desemprego na Região Petrolífera da Bacia de Campos e Regiões Circunvizinhas. **Pensar Contábil**, v. 19, n. 70, p. 34-43, 2017.

HAIR Jr., J.F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, A.R.L.; BLACK, W.C. **Análise multivariada de dados**. 5ªed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P.; SHEPHERD, D.A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: AMGH, 2014.

KRAKAUER, P. V. C.; ALBUQUERQUE, L. G.; ALMEIDA, M. I. R. Estratégia de empreendedorismo corporativo em pequenas e médias empresas brasileiras: o caso de uma empresa de Tecnologia da Informação. **Revista ADM.MADE**, v. 17, n. 2, p. 49-65, 2013.

LENZI, F.C. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras**. Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo/SP, 2008.

LIN, H. Contextual factors affecting knowledge management diffusion in SMEs. **Industrial Management & Data Systems**, v. 114, n. 9, p. 1415-1437, 2014.

LUMPKIN, G. T., DESS, G. G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.

MARTINS, C. B.; CRNKOVIC, L. H.; PIZZINATTO, N. K.; MACCARI, E. A. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração da UFSM**, v. 3, n. 2, art. 9, p. 288-302, 2010.

MENEGUIN, T.H.B. **Mulheres empreendedoras de negócios na cidade de Socorro**. 2006. Disponível em: <http://www.faq15.edu.br/revista-cientifica/4/Thais-Helena-Bosso-Meneguin.pdf>. Acesso em: 30/09/2016.

MINELLO, I. F. et al. Competências e Características Empreendedoras dos proprietários das lojas de um Shopping Popular. In: Encontro Da Associação Nacional De Pós-Graduação E Pesquisa Em Administração, 35., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2011.

POGGESI, S.; MARI, M.; DE VITA, L. What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature. **International Entrepreneurship and Management Journal**, p.1-30, 2015 (*in press*).

ROBBINS, S. **Administração Mudanças e Perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2000.

ROCHA, A. C. B. **Configuração de um sistema de avaliação de desempenho alicerçado no Balanced Scorecard para uma indústria de confecções de porte médio**. 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública**, v. 47, n. 1, p. 25-48, 2013.

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil.ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost. Acesso em: 22 de agosto de 2018.

SIMONS, R. **Performance measurement & control systems for implementing strategy**. New Jersey: Prentice-Hall, 2000.

SOUZA, D. L.; SOUZA, J. B.; PASIN, L. E. V.; ZAMBALDE, A. L. Empreendedorismo e Desenvolvimento Local: Uma Análise do Programa Microempreendedor Individual em Minas Gerais. **Desenvolvimento em Questão**, v. 14, n. 37, p. 262-292, 2016.

STEVENSON, H.H.; JARILLO, J.C. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**, v.11, p.17-27, 1990.

TACHIZAWA, T. **Criação de novos negócios: Gestão de micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro-RJ: FGV, 2007.

WENNEKERS, A.R.M.; THURIK, A.R. Linking entrepreneurship and economic growth. **Small Business Economics**, v. 13, p.27-55, 1999.

ZARIFIAN, P. **Objetivo Competência: por uma nova lógica**. São Paulo: Atlas, 2001.