



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E GESTÃO DE
POLÍTICAS PÚBLICAS – FACE
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS – CCA
BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

RAFAELA DA SILVA GOMES

**ANÁLISE DO PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL – MEI NO DF**

Brasília – DF

2016

RAFAELA DA SILVA GOMES

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao Departamento de Ciência Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão Pública da Universidade de Brasília como requisito à conclusão da disciplina Pesquisa em Ciências Contábeis e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof.^a. Dra. Clésia Camilo Pereira

Brasília – DF

2016

GOMES, Rafaela da Silva.

Microempreendedor Individual – MEI: Uma Análise de Perfil
Empreendedor no DF / Rafaela da Silva Gomes, Brasília: UnB, 2016.

39 p.

Orientadora: Prof.^a. Dra. Clésia Camilo Pereira.

Monografia (graduação) – Universidade de Brasília (UnB).

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, 2016.

1. Empreendedorismo. Microempreendedor. Análise.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UnB)

Professor Doutor Ivan, Marques de Toledo Camargo
Reitor da Universidade de Brasília

Professor Doutor Mauro Luiz Rabelo
Decano de Ensino de Graduação

Professor Doutor Jaime Martins de Santana
Decano de Pesquisa e Pós-graduação

Professor Doutor Roberto de Goes Ellery Júnior
Diretor da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão Pública

Professor Doutor José Antônio de França
Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

Professor Doutor Jomar Miranda Rodrigues
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis – Diurno

Professor Mestre Elivânio Geraldo de Andrade
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis – Noturno

TERMO DE APROVAÇÃO

RAFAELA DA SILVA GOMES

ANÁLISE DO PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL – MEI NO DF

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Ciência Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão Pública da Universidade de Brasília como requisito de conclusão da disciplina Pesquisa em Ciências Contábeis e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

BANCA EXAMINADORA

Professora Dra. Clésia Camilo Pereira

Orientadora

Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

Universidade de Brasília

Professor Abimael de Jesus Costa

Examinador

Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

Universidade de Brasília

Brasília-DF,

2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, porque sem Ele não seria capaz de estar aqui, ter forças físicas e psicológicas para traçar essa trajetória;

A minha mãe, que sempre acreditou em mim e sempre esteve ao meu lado me ajudando como podia a seguir essa caminhada, a ultrapassar os obstáculos e sempre acreditar em mim mesma;

Ao meu pai, que mesmo distante sempre se mostrou interessado no que eu quero fazer e sempre comemora minhas vitórias de uma forma única;

Aos meus amigos que sempre me incentivou a continuar buscando meus sonhos e acreditando que eu seria capaz;

A minha família que de alguma forma sempre me inspira a não desistir e saber o que eu quero ser;

A Universidade de Brasília, que me proporcionou momentos incríveis ao lado de professores e amigos.

A minha orientadora, Prof.^a Dra. Clésia, pela sua paciência em me orientar e sempre me instigar a querer e procurar algo mais em minha vida acadêmica e pessoal; e

Agradeço a todos que passaram na minha vida e mesmo sem saber me ajudaram a está aqui.

RESUMO

Pesquisas que analisam o perfil empreendedor dos microempreendedores individuais são importantes, visto a grande quantidade de inscritos no programa, aproximadamente 6 milhões de MEIs e o impacto na economia que se tem, 27% do PIB são representados por pequenos negócios. Esta pesquisa tem como objetivo identificar o perfil empreendedor do microempreendedor individual no DF. Trata-se de uma pesquisa descritiva e qualitativa. Realizou-se um estudo empírico por meio de levantamento, cuja coleta de dados ocorreu com a utilização de questionário, o qual foi aplicado a uma amostra aleatória de 100 microempreendedores individuais no Distrito Federal. Os resultados indicam que o perfil dos microempreendedores é: maioria homens, os homens são mais propensos a correr riscos, os que são acima de 30 anos são os principais atuantes em correr o risco. Os adeptos ao MEI são maioria entre 19 a 30 anos e tem o ensino médio completo. Os microempreendedores por oportunidade têm uma renda mensal maior que os por precisão. Em sua maioria não possuíram educação financeira desde cedo, porém estão procurando por estudos. Tem no geral perfil de organizados sendo esses mais ativos nas tomadas de decisões rápidas, frente às dificuldades são otimistas podendo às vezes não mostrar tais características. Tem que trabalhar a habilidade de persistir em seus valores e não abrirem mão de seus sonhos. São felizes no que fazem e mostram dispostos a saciar as necessidades de seus clientes.

Palavras – chave: Empreendedor; Microempreendedor; Análise.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Tema da Pesquisa.....	9
1.2 Questão de Pesquisa.....	10
1.3 Objetivos	10
1.3.1 <i>Objetivo Geral</i>	10
1.3.2 <i>Objetivo Específico</i>	10
1.4 Justificativa	11
1.5 Organização do Trabalho.....	11
2 REFERÊNCIAL TEÓRICO	12
2.1 Empreendedor.....	12
2.2 Microempreendedor Individual	13
2.3 Características do Empreendedor	14
3 METODOLOGIA	16
3.1 Procedimentos Metodológicos.....	16
3.2 Coleta da Amostra	16
4 ANÁLISE DE RESULTADOS	18
4.1 Perfil da amostra	18
4.2 Análise da relação entre a renda e o microempreendedorismo como forma de precisão	19
4.3 Análise da relação entre a educação financeira e a procura por conhecimento.....	21
4.4 Relação entre o gênero e a propensão a correr riscos calculados	23
4.5 Relação entre a idade e a propensão a correr riscos calculados.....	24
4.6 Análise entre a capacidade de organização e a tomada de decisão.....	24
4.7 Análise de atitude frente à dificuldade.....	26
4.8 Análise entre valores e sonho	28
4.9 Análise entre ter amor pelo que faz e preocupação entre os clientes.....	29
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
APÊNDICE	37

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema da Pesquisa

Esta pesquisa objetiva identificar o perfil empreendedor do microempreendedor individual no DF. Segundo Chiavenato (2007) o empreendedor é a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

Segundo Dornelas (2014), o primeiro exemplo que a palavra empreendedorismo poderia ser utilizada foi pelo Marco Polo na tentativa de criar uma rota comercial para o Oriente. Ainda faz uma análise temporal mostrando que na idade média o termo foi empregado aos que gerenciava projetos de produção, contudo não assumiam os riscos deixando a cargo do Governo. Já no século XVII começaram a ter indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo. No século XVIII já havia a distinção entre capitalista e empreendedor.

O empreendedorismo só ganhou notoriedade no Brasil a partir da década de 90 com a abertura da economia que possibilitou a criação de diversas entidades com o foco no tema e resultando no envolvimento ativo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE (GEM, 2010).

A recente pesquisa GEM (2015), revela que a cada dez brasileiros adultos quatro possuem ou estão abrindo empresas. A taxa de empreendedorismo foi a maior em 14 anos com o percentual de 39,3%. Esses dados revelam que o Brasil é o primeiro país no ranking mundial de taxa de empreendedorismo.

Estando disseminado no Brasil o empreendedorismo é de fundamental importância para a geração de riquezas e promoção de crescimento econômico, além do aprimoramento das condições de vida, aparecendo ainda como importante fator de geração de emprego e renda (GEM, 2010). Ele é agente de mudança, a maioria dos negócios do país é fruto de pequenos empreendedores que com a experiência adquirida ao longo dos anos decidem por iniciar seu próprio negócio.

Com o intuito de estímulo ao microempreendedorismo individual como uma forma de legalização de trabalhadores informais no Brasil. O Governo criou a figura do microempreendedor individual para que trabalhadores informais se legalizem e tenham uma

série de benefícios. O estímulo consiste na baixa carga tributária e benefícios sociais que os optantes passam a possuir.

Observar-se na pesquisa feita pelo SEBRAE (2016) um crescimento exponencial do microempreendedorismo no Brasil. “[...] de julho de 2009 a 31 de dezembro de 2015, foram registrados no Brasil, **5.680,614** Microempreendedores individuais [...]” (SEBRAE, 2016, p. 18). Houve um crescimento em média de 934.404 por ano.

No período de seis anos aproximadamente 6 milhões de pessoas se formalizaram através da figura jurídica MEI. Essa prática gera riqueza para o país, traz resultados econômicos, cria empregos e aumento de renda. Para compreensão desse fato são necessárias pesquisas sobre esse público para conhecimento de seu perfil.

Quando se é empreendedor individual traz para si responsabilidades maiores. O empreendedor visa melhorias financeiras próprias. Faz-se necessário ter boas ideias e colocá-las em prática, procurar capacitação profissional como cursos e *work shops*, ter entendimento sobre o negócio e ser bom em tomadas de decisões.

Entende-se que ser empreendedor individual vai além de abrir um negócio. É geri-lo e ter autonomia e coragem de se tornar empreendedor.

1.2 Questão de Pesquisa

A questão de pesquisa nesse cenário é: qual é o perfil empreendedor do microempreendedor individual (MEI) no Distrito Federal?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral da pesquisa é identificar qual é o perfil do microempreendedor individual no Distrito Federal.

1.3.2 Objetivo Específico

Os objetivos específicos são:

- Descrever as características do empreendedor;
- Analisar os motivos da formalização de microempreendedores; e

- Traçar um perfil do microempreendedor individual no DF.

1.4 Justificativa

A importância deste trabalho se reflete na relevância econômica e social que os microempreendedores individuais estão tomando no Brasil. Dados fornecidos pelo presidente a época do SEBRAE, Luiz Barreto (2014), mostram que 27% do PIB são representados por pequenos negócios, na mão de obra formal no País representam 52% e na massa salarial 40%.

A percepção de características de empreendedorismo é fundamental para colocá-las em prática para a boa prática da atividade exercida.

Segundo Barreto, “O empreendedorismo vem crescendo muito no Brasil nos últimos anos e é fundamental que cresça não apenas a quantidade de empresas, mas a participação delas na economia”.

Acredita-se que os resultados possam contribuir para estudos acadêmicos.

1.5 Organização do Trabalho

Este trabalho foi organizado em cinco capítulos, sendo o primeiro composto por esta Introdução; no segundo, encontra-se o referencial teórico sobre o empreendedorismo; o terceiro é constituído pela metodologia da pesquisa; no quarto, a amostra e a análise dos dados; e, por fim, no quinto capítulo, são descritas as considerações finais, com a conclusão dos achados da pesquisa e sugestão de temas para novas pesquisas.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedor

Segundo Dolabela (2006), o empreendedor é produto do meio e que vive. Se a pessoa vive em uma sociedade onde veem o empreendedorismo como uma atividade positiva, se vive em meio a empreendedores aprenderam através do convívio.

Em geral ele é motivado pelo seu desejo de possuir responsabilidades e independência. Chiavenato (2007), diz que o termo empreendedor – do francês *entrepreneur* – significa aquele que assume riscos e começa algo novo, em paralelo a Dornelas (2014), que falou que o empreendedor é aquele que ao detectar uma oportunidade criará um negócio capitalizado correndo riscos calculados.

As características do empreendedor não chegam a um consenso na literatura, contudo sobre o perfil empreendedor alguns estudiosos levantam características. Para Dornelas (2014), são elas: visionários, indivíduos que sabem tomar decisões, planejam e se organizam, possuem conhecimento e paixão pelo que fazem, exploram oportunidades e fazem a diferença, são determinados e otimistas, são independentes e assumem riscos, são líderes e bem relacionados.

Já para Chiavenato (2007), são três as características básicas de um espírito empreendedor:

1. Necessidade de realização: que varia de pessoa para pessoa, podendo ser baixa necessidade que se contenta com o *status* alcançado e a de alta necessidade que gosta de competir com padrões elevados de excelência.
2. Disposição para assumir riscos: tendo em vista que é uma escolha de carreira que coloca em jogo a vida financeira, familiar e psicológica.
3. Autoconfiança: envolvendo a capacidade da pessoa em se comprometer com o proposto e assumir riscos inerentes, e sempre acreditando em suas habilidades para agir em determinadas situações.

Muitos podem ser as razões que levam as pessoas a empreender como realização de sonho, decidir que caminho tomar, manifestação de liberdade, ganhar mais, entre outras.

2.2 Microempreendedor Individual

Segundo Tiriba (2016), a economia popular é a alternativa do desemprego. Já para Carbonari (2016), a economia popular pode ser vista no sentido de uma economia focada na busca de condições de satisfação das necessidades. No momento atual que se encontra o país, milhões de profissionais estão desempregados ou informalizados, o empreendedorismo ganhou um destaque não apenas como alternativa do desemprego, mas também como uma forma de pessoas terem seus sonhos de empreendedores materializados.

Segundo Schneider e Enste (2000), alguns fatores que colaboram para o crescimento da economia informal são as altas cargas tributárias, complexa burocracia para formalização, alta da inflação, mercado de trabalho. Contudo a informalização da economia gera uma baixa da receita tributária que é a principal fonte de arrecadação do Governo, e conseqüentemente há uma baixa de recursos aplicados aos serviços públicos que são colocados à disposição da sociedade.

O Governo visando à retirada de brasileiros da informalidade e o aumento na arrecadação de impostos criou uma nova figura jurídica, o Microempreendedor individual (MEI). O MEI foi criado em 2008, pela Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, proporcionando a formalização de profissionais autônomos e empreendedores que desempenham atividades por conta própria.

Os optantes pelo MEI têm um tratamento tributário diferente das demais figuras jurídicas. O Governo minimizou a burocracia do processo de abertura de micro empresas, sendo agora feito inteiramente via internet e sem a necessidade de um contador e a redução da carga tributária incidente, isenção de tributos federais e dependendo da atividade exercida uma guia mensal de R\$ 45,00 (comércio ou indústria), ou R\$ 49,00 (prestação de serviços) ou R\$ 50,00 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS.

As principais características do MEI são: pessoas que trabalham por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Que fature no máximo até R\$ 60.000,00 por ano, podem ter apenas um empregado, são enquadrados no Simples Nacional e isentos dos tributos federais.

Para Pimentel (2013), as micros e pequenas empresas estão gerando mais empregos, estão fortalecendo o mercado nacional e são responsáveis pelo aumento de arrecadação de ICMS. Segundo SEBRAE (2016) já passam de 5.000.000 (cinco milhões) de microempreendedores individuais.

Ligando os conceitos de Tiriba e Carbonari, vemos a figura do MEI como geradora de emprego e realização de sonhos. Exemplos como às empresas colaborativas, que são lojas que alugam seu espaço para diversos empreendedores em busca de diminuição de gasto e crescimento coletivo, mostram uma alternativa de comércio para quem está começando no mercado empreendedor já que os microempreendedores podem mostrar suas marcas, trazer outras propostas, outros valores, sem empregados, patrões, gerando renda na agropecuária, na indústria, no comércio. O que traz o espírito empreendedor, inovando, arriscando e fugindo das ideias tradicionais. Visto isso vemos os brasileiros cada vez mais ativo no empreendedorismo buscando formas para desenvolvimento de suas capacidades e satisfação de suas necessidades.

2.3 Características do Empreendedor

Segundo Dolabela (2006), o empreendedor deve ir em busca da realização de seu sonho, e nessa busca ele é tomado por emoções. Ele diz que empreender é um ato de paixão. A partir dessa paixão são liberadas características empreendedoras. O conjunto de atitudes e comportamentos que preestabelece um ser que é criativo, que sabe identificar oportunidade e sabe agarrá-la.

Para Reis e Armond (2012), as capacidades exigidas nos empreendedores se dividem em três áreas. A área técnica que envolve saber escrever, ouvir, organizar, liderar, ter informações. A área gerencial que incluem as áreas de criação e gerenciamento de empresa. E as características pessoais que é ter disciplina, correr riscos, inovar, persistir, ter coragem e iniciativa.

Endeavor (2014), levantou as 5 características mais comuns e indispensáveis ao empreendedor. São elas: o otimismo, a autoconfiança, coragem para correr riscos, desejo de protagonismo e a persistência.

Conforme Endeavor (2014), os que têm coragem para aceitar riscos fazem o possível para diminuí-los, porém os consideram pulsante e dizem dá energia. SEBRAE (2014) diz que esses procuram e avalia alternativas para tomadas de decisões e decidem por desafios com chances de sucesso.

O otimismo é sempre esperar o melhor é ser apaixonado pelo que o faz. Na pesquisa da Endeavor observa-se que ser otimista é acreditar que vai dar certo. Reis e Armond (2012), diz que é uma característica de pessoas que enxergam o sucesso e não o fracasso.

Segundo SEBRAE (2014), os empreendedores que possuem a característica de serem persistentes desenvolvem a habilidade de ultrapassar obstáculos, avaliar seus planos para alcançar seus objetivos, mudam suas táticas, mas não desistem.

De acordo com o SEBRAE (2014) quem possui a característica de autoconfiança desenvolvem atitudes como confiar em suas opiniões, determinado frente a oposições e transmite confiança.

Os empreendedores procuram serem protagonistas da sua vida. Gostam de começar seus sonhos, veem a oportunidade e a segura. “Desenvolvem capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios com os novos produtos e serviços”. (SEBRAE, 2014)

Entre as características empreendedoras que o SEBRAE levanta, uma é a capacidade de comprometimento com o serviço e com essa característica o empreendedor coloca o cliente acima de necessidades próprias. Outra é a capacidade de organização de tarefas, prazos promovendo assim a possibilidade de resultados medidos e avaliados.

Consoante com Reis e Armond (2012), algumas das características que precisam estar bem definidas no empreendedor são a organização e o conhecimento. A organização é necessária para o bom funcionamento e desempenho da empresa, principalmente em sua fase inicial, ter organização no que tange os recursos humanos, financeiros e tecnológicos. Já o conhecimento é necessário para o domínio do empresário no seu negócio, esse conhecimento pode ser por intermédio de publicações especializadas, escolas, dicas de pessoas.

3 METODOLOGIA

3.1 Procedimentos Metodológicos

Segundo Raupp e Beuren (2006), há três tipologias de pesquisas aplicáveis a contabilidade são elas: pesquisas quanto aos tipos de objetivos, aos procedimentos e a abordagem do problema.

Quanto ao objetivo foi utilizada a pesquisa descritiva, para Gil (2002) o propósito desta pesquisa é a descrição das características de uma determinada população, bem como a relação entre essas variáveis.

Quanto ao procedimento para realização desta pesquisa foi feita uma pesquisa bibliográfica. Segundo Gil (2002) a pesquisa é baseada por materiais já elaborados como artigos científicos e livros sobre o tema que será pesquisado. Esse procedimento foi feito para reunir conhecimento acerca do tema desta pesquisa, posteriormente feito um levantamento pelo método *survey*, juntamente aos microempreendedores no DF.

Quanto à abordagem do problema esta pesquisa tem caráter qualitativo, dado que busca descrever a realidade do perfil empreendedor do microempreendedor individual.

3.2 Coleta da Amostra

Com o intuito de fazer uma análise do perfil empreendedor do MEI no DF foi feita uma coleta de dados por meio de questionário elaborado pela pesquisadora.

Como o objetivo é a análise do perfil empreendedor do MEI no DF o questionário foi constituído por perguntas relacionadas às características básicas de um empreendedor. Iniciando por questões de identificação da amostra como: sexo, idade, escolaridade. Passando para perguntas com situações problemas onde pela resposta serão analisadas as atitudes empreendedoras básicas.

A amostra foi composta por 100 microempreendedores individuais. O questionário foi aplicado de forma impressa e digital. Os locais de aplicação foram escolhidos aleatoriamente e são eles: Feira de Inovação Tecnológica – CDT, Universidade de Brasília, Feira da Ceilândia, Feira dos Importados, Itapoã – DF e Rodoviária do Plano Piloto. O questionário foi aplicado no período de 08 a 13 de novembro de 2016.

Após a coleta dos dados, os resultados obtidos foram analisados utilizando o programa Excel 2013 para tabulação de dados, elaboração dos gráficos e tabelas.

Tabela 1 – Fontes das perguntas do questionário

Questões do Questionário	FONTE
Questão 1	GEM 2010
Questão 2	GEM 2010
Questão 3	GEM 2010
Questão 4	GEM 2010
Questão 5	Reis e Armond 2012
Questão 6	SEBRAE 2014
Questão 7	SEBRAE 2012
Questão 8	SEBRAE 2016
Questão 9	Dolabela 2006
Questão 10	SEBRAE 2014
Questão 11	Reis e Armond 2012
Questão 12	Reis e Armond 2012
Questão 13	SEBRAE 2014
Questão 14	Dornelas 2014
Questão 15	SEBRAE 2014
Questão 16	SEBRAE 2014
Questão 17	ENDEAVOR 2014

Fonte: Dados do próprio pesquisador

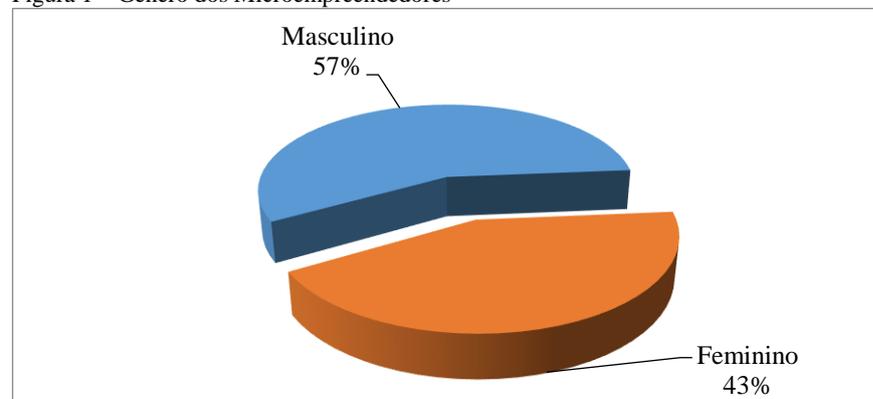
4 ANÁLISE DE RESULTADOS

A seguir serão apresentadas todas as informações coletadas na presente pesquisa, relativas ao microempreendedor – uma análise de perfil empreendedor.

4.1 Perfil da amostra

Identifica-se na pesquisa através da aplicação do questionário que de 100 pessoas entrevistadas 57% das pessoas são homem enquanto o percentual de mulheres é menos sendo de 43%.

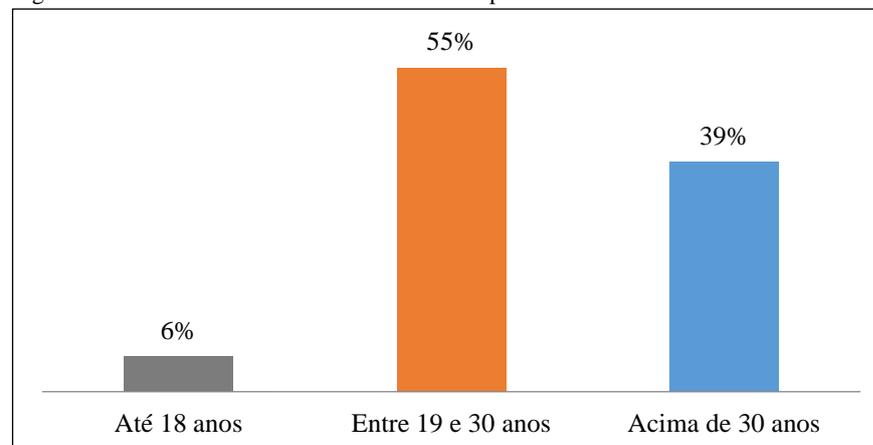
Figura 1 – Gênero dos Microempreendedores



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Nota-se que na Figura 2 a idade dos questionados foram de 39% acima de 30 anos, 55% entre 19 e 30 anos e apenas 6% responderam que tem até 18 anos.

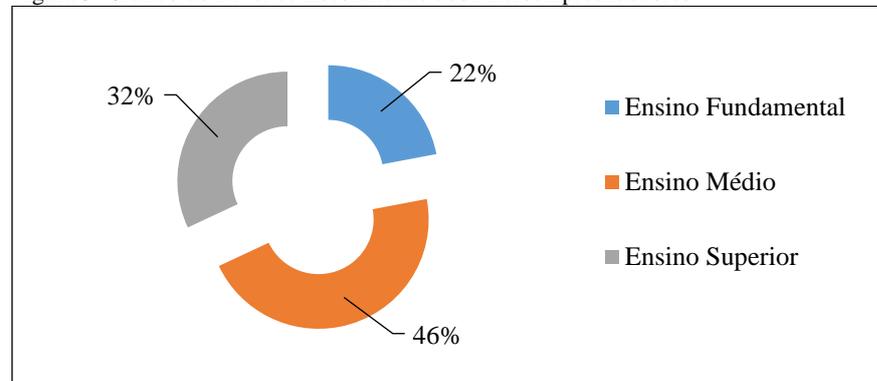
Figura 2: Gráfico Referente à Idade dos Microempreendedores



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Identifica-se na Figura 3 que quanto o grau de escolaridade dos entrevistados 22% dizem possuir o ensino fundamental, 46% o ensino médio, sendo esse o maior percentual predominante na pesquisa e 32% possuem o ensino superior

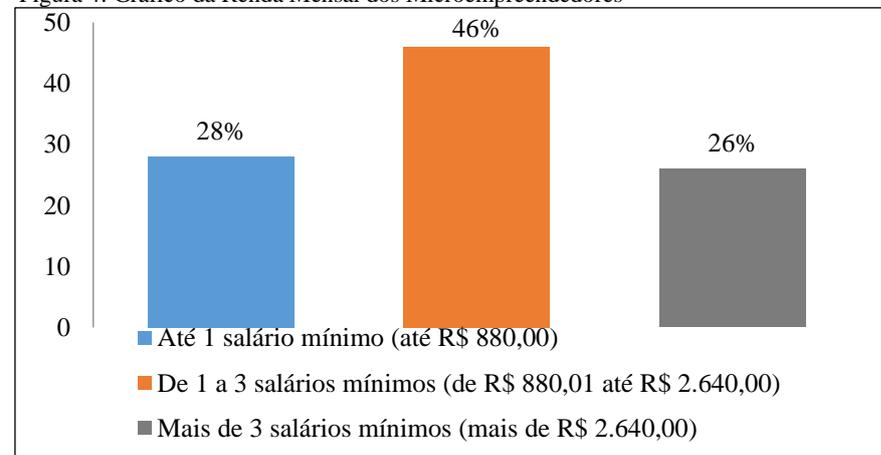
Figura 3: Gráfico do Nível de Escolaridade dos Microempreendedores



Fonte: Dados do próprio pesquisador

A renda mensal entre os entrevistados demonstradas na Figura 4 é de 28% que recebe até 1 salário mínimo, de 46% que recebe de 1 a 3 salários mínimos, o maior percentual, e de 26% que recebe mais de 3 salários mínimos.

Figura 4: Gráfico da Renda Mensal dos Microempreendedores



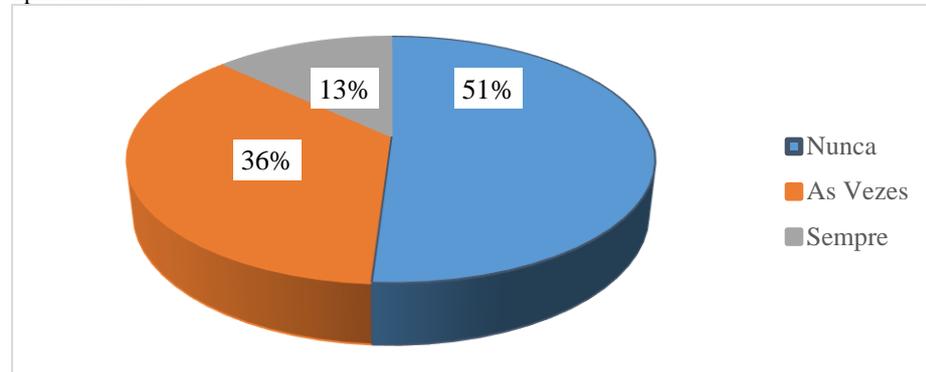
Fonte: Dados do próprio pesquisador

4.2 Análise da relação entre a renda e o microempreendedorismo como forma de precisão

Os dados da Figura 5 demonstram que 51% nunca viu o MEI como forma de precisão e sim como forma de tornar um sonho em realidade.

Comparando com a pesquisa feita pelo SEBRAE (2012), observa-se semelhança no tocante microempreendedor por oportunidade e não por necessidade. A pesquisa revelou que 38% são microempreendedores por oportunidade.

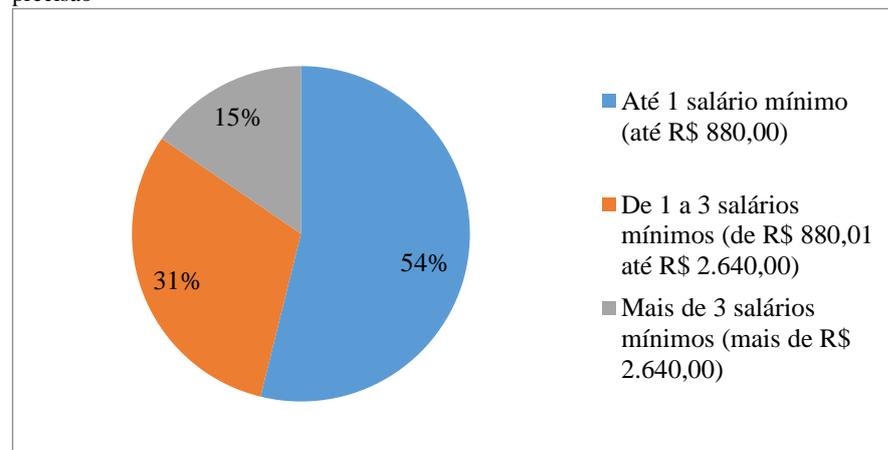
Figura 5: Gráfico referente aos que veem o microempreendedorismo por precisão e não por oportunidade



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Quando os microempreendedores por precisão, na Figura 6, são analisados frente a sua renda mensal, dos 13% que sempre veem o MEI como forma de precisão 54% tem a renda salarial de até 1 salário mínimo por mês.

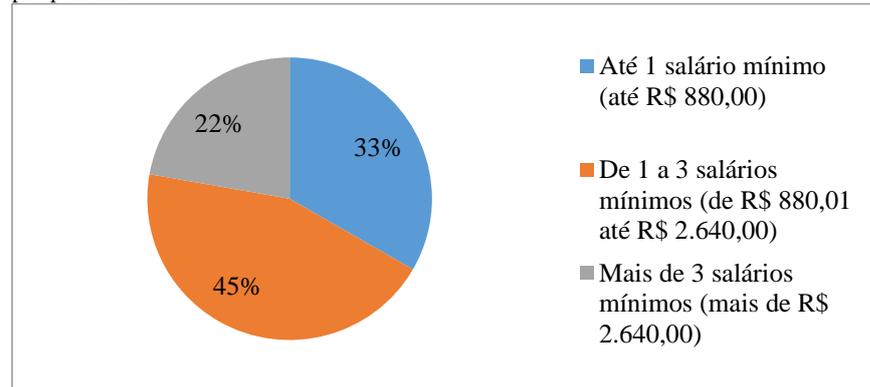
Figura 6: Gráfico da relação de renda com quem sempre vê o microempreendedorismo por precisão



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Na Figura 7 o gráfico demonstra a renda mensal dos microempreendedores que às vezes veem o microempreendedorismo como forma de precisão. Dos 36% que veem como precisão 45% tem uma média salarial de 1 a 3 salários mínimos.

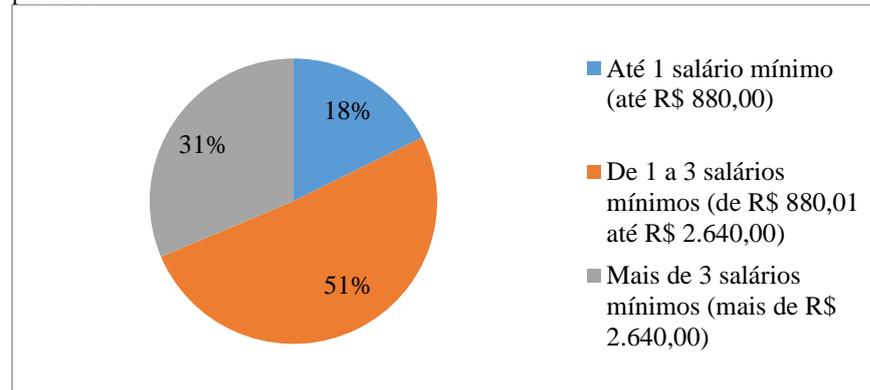
Figura 7: Gráfico da relação de renda com quem vê às vezes o microempreendedorismo por precisão



Fonte: Dados do próprio pesquisador

A Figura 8 mostra o gráfico referente à renda dos 51% dos que nunca viram o microempreendedorismo como forma de precisão. Demonstra que destes 51% têm renda de 1 a 3 salários mínimos mensais e 31% obtêm mais que 3 salários mínimos por mês.

Figura 8: Gráfico com relação de renda com quem nunca vê o microempreendedorismo por precisão



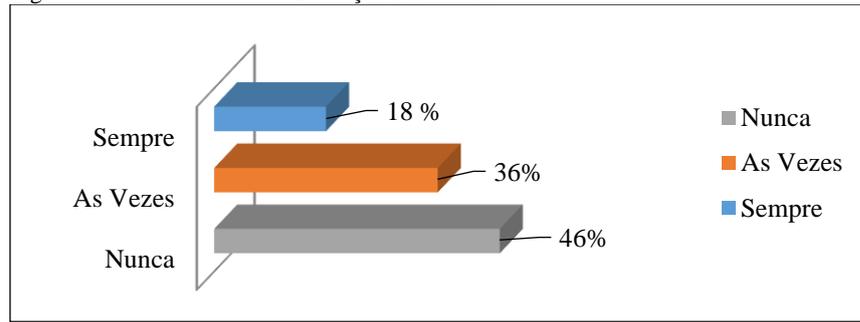
Fonte: Dados do próprio pesquisador

4.3 Análise da relação entre a educação financeira e a procura por conhecimento

Segundo Reis e Armond (2012), a capacidade financeira pode ser adquirida. O perfil empreendedor mostra que uma de suas habilidades é a financeira. Sendo assim é preciso uma educação financeira para que possa ter uma capacidade de controle de gastos, planejamento e análise de resultados. Quanto mais conhecimento maior é a capacidade de ter melhores resultados.

Na Figura 9 observa-se que apenas 18% sempre teve educação financeira, 36% tiveram alguma instrução financeira e a maior parcela foi de 46% que corresponde aos que nunca obtiveram educação financeira.

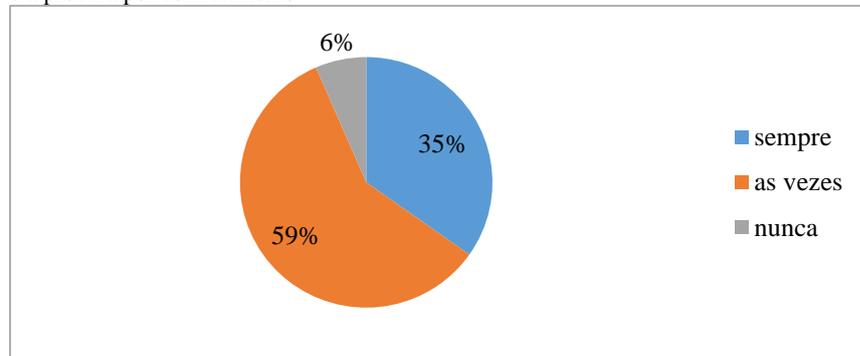
Figura 9: Gráfico referente à Educação Financeira



Fonte: Dados do próprio pesquisador

A Figura 10 representa a procura do conhecimento pelos que nunca tiveram educação financeira. Observa-se que dos 46%, apenas 6% diz nunca procurar o conhecimento.

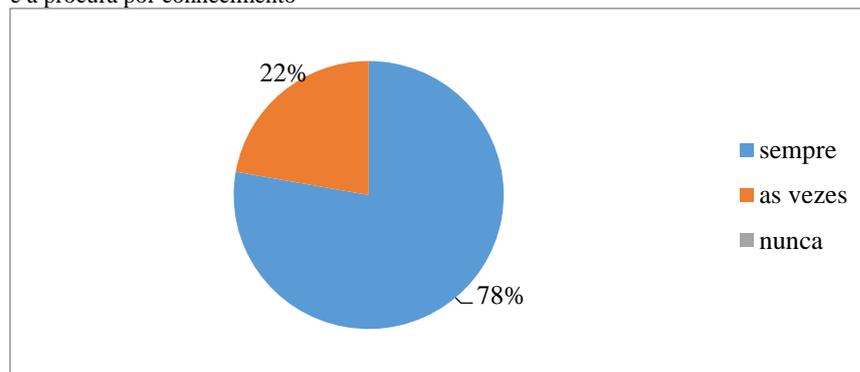
Figura 10: Gráfico referente a análise entre quem nunca teve educação financeira e a procura por conhecimento



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Na Figura 11 é demonstrado que dos 36% que tiveram alguma instrução financeira 78% sempre procuram por conhecimento e não há indicativos que demonstre que algum nunca procure por conhecimento.

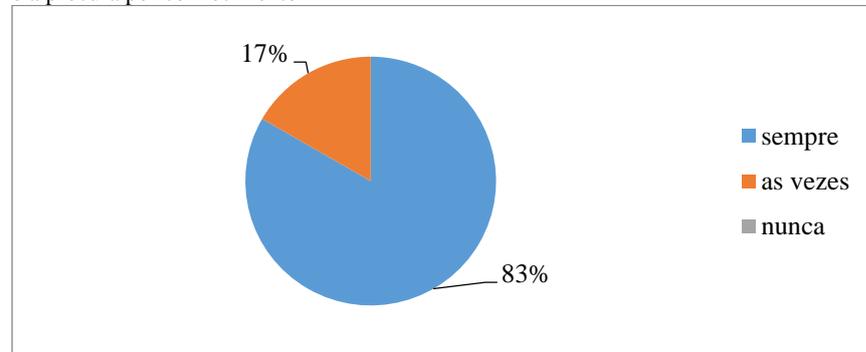
Figura 11: Gráfico referente a análise entre quem às vezes teve educação financeira e a procura por conhecimento



Fonte: Dados do próprio pesquisador

A pesquisa identifica que apenas 18% sempre tiveram educação financeira e desses 83% procuram sempre por conhecimento.

Figura 12: Gráfico referente a análise entre quem sempre teve educação financeira e a procura por conhecimento



Fonte: Dados do próprio pesquisador

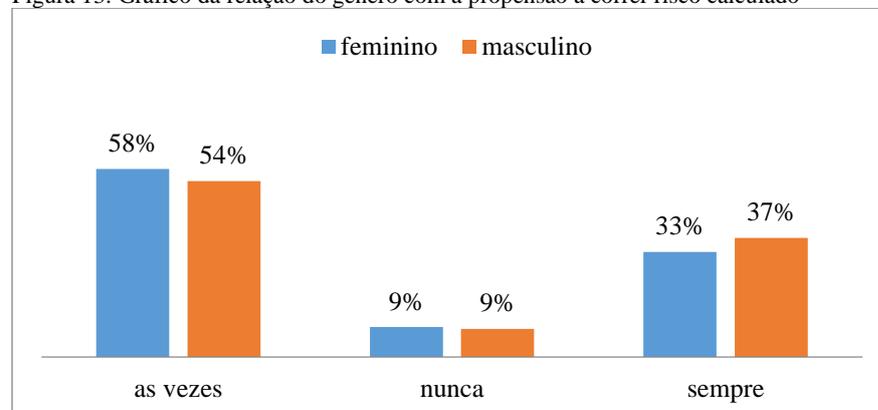
4.4 Relação entre o gênero e a propensão a correr riscos calculados

Reis e Armond (2012, p. 34) “assumir riscos, essa é a primeira e uma das maiores qualidades do verdadeiro empreendedor”. Correr riscos calculados e ter conhecimento sobre assunto pode ser o diferencial no mercado e ter boas chances de sucesso.

Segundo GEM (2010) a participação da mulher no empreendedorismo varia muito, contudo sempre é inferior a participação masculina. E em sua pesquisa constatou um equilíbrio de gênero entre os empreendedores.

Da amostra feminina 33% diz sempre estará propensa a correr riscos calculados enquanto a masculina é de 37%, apenas uma pequena parcela de 9% para ambos os gêneros diz nunca correr riscos. Uma porcentagem maior que do masculino que é de 54%, são as mulheres com 58% dizendo às vezes correrem riscos.

Figura 13: Gráfico da relação do gênero com a propensão a correr risco calculado



Fonte: Dados do próprio pesquisador

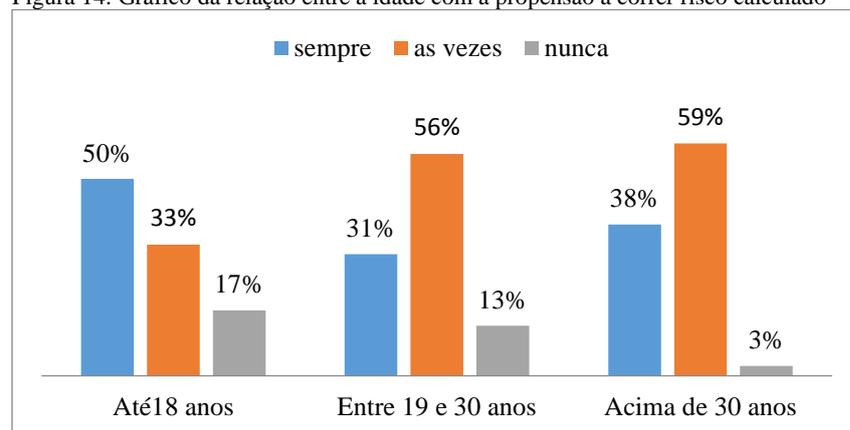
4.5 Relação entre a idade e a propensão a correr riscos calculados

GEM (2010), “empreendedores tornam-se exemplos, assumindo riscos ao transformar suas empresas e instigando outras pessoas por meio de suas conquistas e determinação”.

Na pesquisa feita pelo GEM (2010) mostra que o jovem brasileiro (18 a 24 anos) tem uma propensão maior de correr riscos, sendo essa uma característica inerente ao empreendedor.

A Figura 14 da pesquisa demonstra que 50% dos jovens com até 18 anos sempre estão dispostos a correr riscos calculados, e dos de 19 até 30 anos 56% dizem às vezes tomar riscos. Contudo os da faixa etária de acima de 30 anos 38% assumem riscos calculados. Segundo GEM, os jovens têm perspectivas diferentes e não tem preocupações como sustento da família, financiamento, o que propícia o aumento dos números de jovens empreendedores, contudo deve-se levar em consideração que os mais velhos têm mais experiências e conhecimentos.

Figura 14: Gráfico da relação entre a idade com a propensão a correr risco calculado

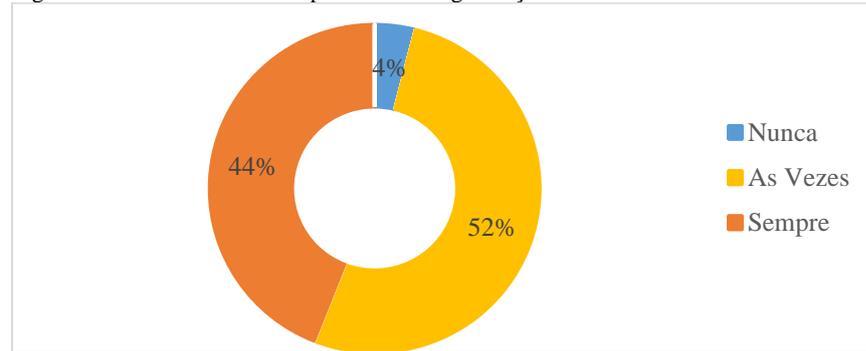


Fonte: Dados do próprio pesquisador

4.6 Análise entre a capacidade de organização e a tomada de decisão

Reis e Armond (2012), falam que a desorganização pode comprometer o desenvolvimento do empreendimento. Para uma tomada de decisão certa é preciso de informações, análises.

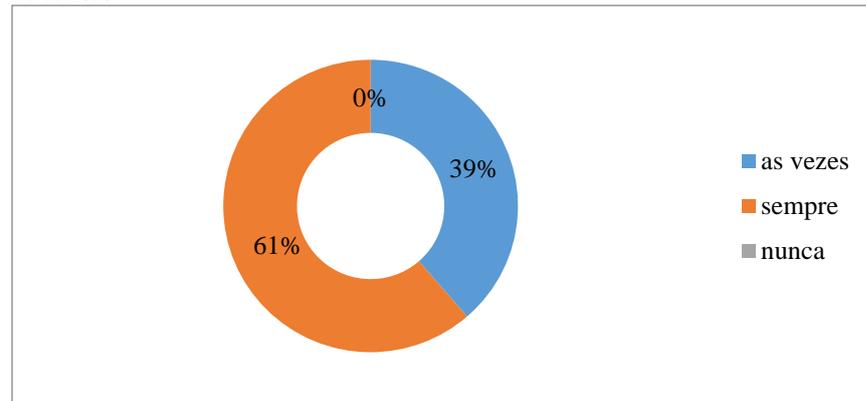
Figura 15: Gráfico referente capacidade de organização



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Na Figura 16 pode-se notar que dos 44% que dizem sempre ser organizados 61% sempre tem tomadas de decisões rápidas.

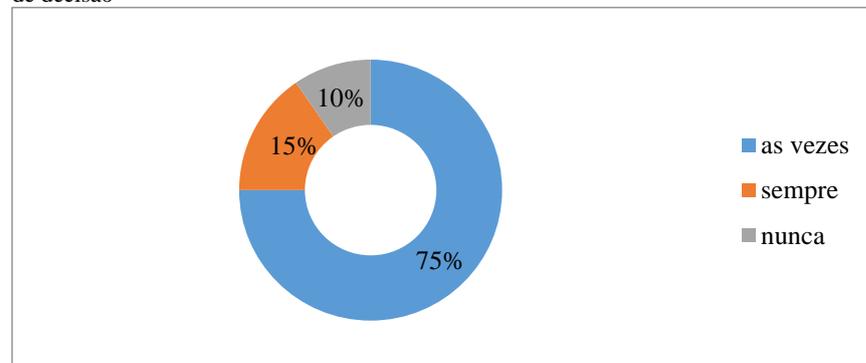
Figura 16: Gráfico referente à análise entre as pessoas que sempre se organiza e a tomada de decisão



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Na Figura 17 demonstra que dos 52% dos que responderam que às vezes são organizados 75% estão propensos a algum momento tomar uma decisão rápida.

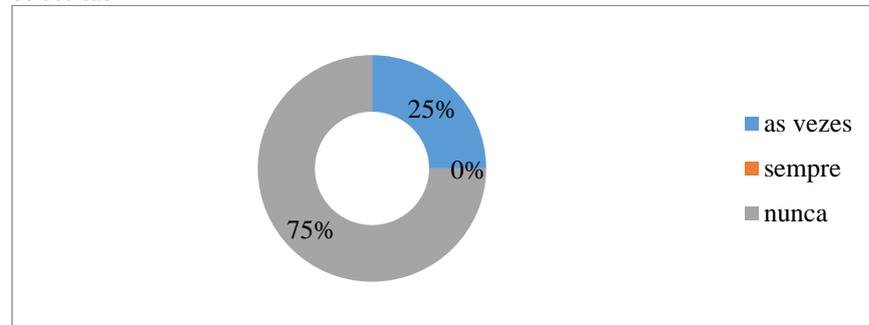
Figura 17: Gráfico referente à análise entre as pessoas que às vezes se organiza e a tomada de decisão



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Na Figura 18 percebe-se que os 4% que nunca se organizam, nenhum tem tomada de decisão rápida sendo que 75% desses dizem nunca tomar decisões rápidas.

Figura 18: Gráfico referente à análise entre as pessoas que nunca se organiza e a tomada de decisão



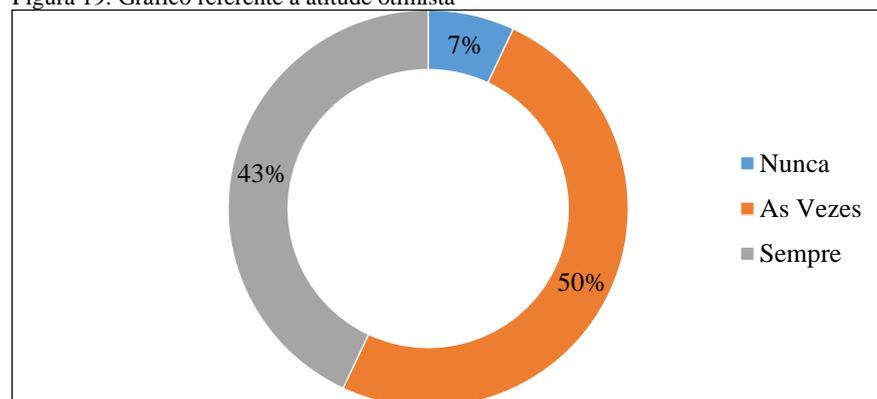
Fonte: Dados do próprio pesquisador

4.7 Análise de atitude frente à dificuldade

Segundo SEBRAE (2014), os empreendedores que possuem características otimistas e confiantes têm autonomia para agir e sempre tem confiança no sucesso. Confia em si mesmo, desenvolve habilidade de passar obstáculos.

A Figura 19 demonstra que 43% dos microempreendedores tomam atitudes otimistas frente aos obstáculos. Apenas 7% não tomam essas atitudes e com a parcela maior 50% deles dizem às vezes serem otimistas frente às possíveis dificuldades.

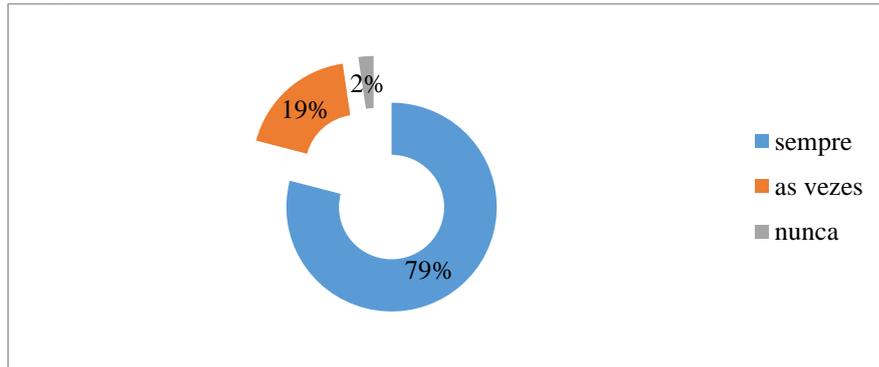
Figura 19: Gráfico referente à atitude otimista



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Os 43% que dizem sempre ser otimistas frente a dificuldades 79% ultrapassa os obstáculos e continua firme.

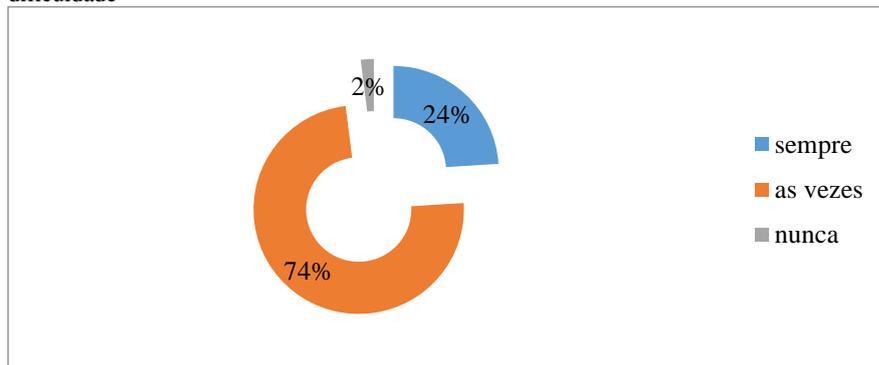
Figura 20: Gráfico referente à análise entre sempre tomar à atitude otimista frente à dificuldade



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Dos 50% que dizem às vezes serem otimistas 74% dizem também às vezes serem otimistas frente à dificuldade, sendo uma pequena parcela de 2% que nunca são otimistas frente a dificuldade.

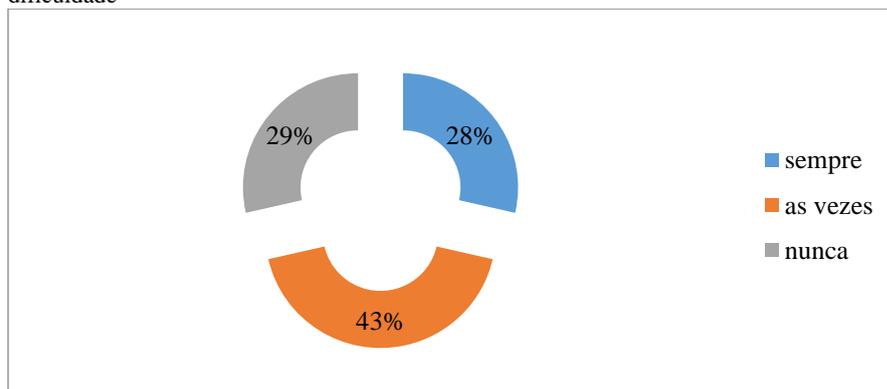
Figura 21: Gráfico referente à análise entre às vezes tomar à atitude otimista frente à dificuldade



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Os 7% que não são otimistas 43% dizem às vezes não desistir frente a uma dificuldade.

Figura 22: Gráfico referente à análise entre nunca toma à atitude otimista frente à dificuldade



Fonte: Dados do próprio pesquisador

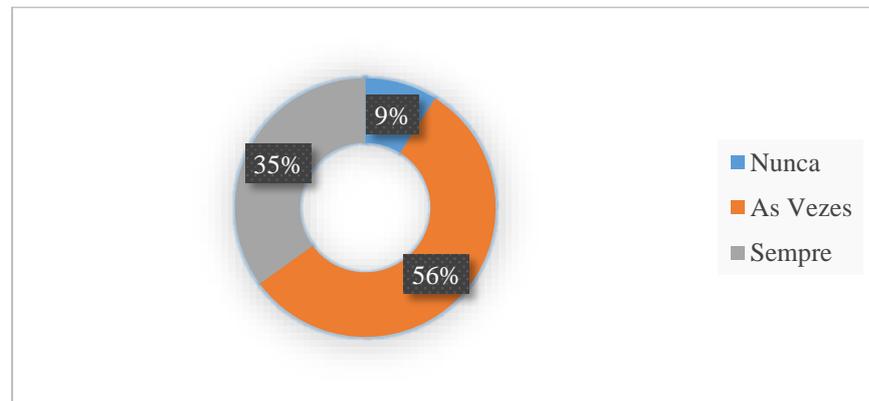
4.8 Análise entre valores e sonho

Para a abertura de uma empresa é necessário comprometimento. SEBRAE (2014) diz que ter comprometimento é uma característica empreendedora e que a um envolvimento pessoal. Por isso é necessário amor pelo que faz e acreditar no seu sonho de empreendimento e agir com proatividade.

Quando se coloca proposta de valores nos empreendimentos as ações que seguem são todas pautadas a elas, e isso cria uma identidade para empresa.

Na figura 23 mostra que 35% sempre matem seus valores e ideais no seu empreendimento

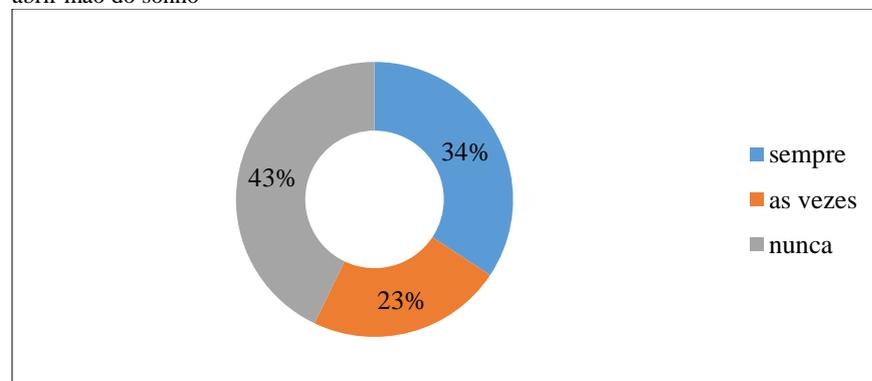
Figura 23: Gráfico referente a manter o valor e ideais



Fonte: Dados do próprio pesquisador

A Figura 24 demonstra que dos 35% que sempre manteriam seus valores e ideais 43% abririam mão do seu sonho.

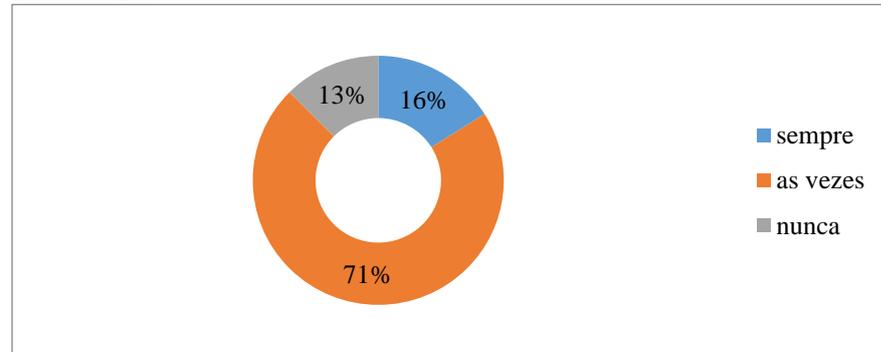
Figura 24: Gráfico referente à análise entre sempre manter seu valor e ideal e não abrir mão do sonho



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Já na Figura 25 temos que dos 56% que às vezes manteriam seus valores 71% talvez não abrisse mão de seu sonho. Ainda pode-se notar que apenas 16% destes não abriria mão do seu sonho.

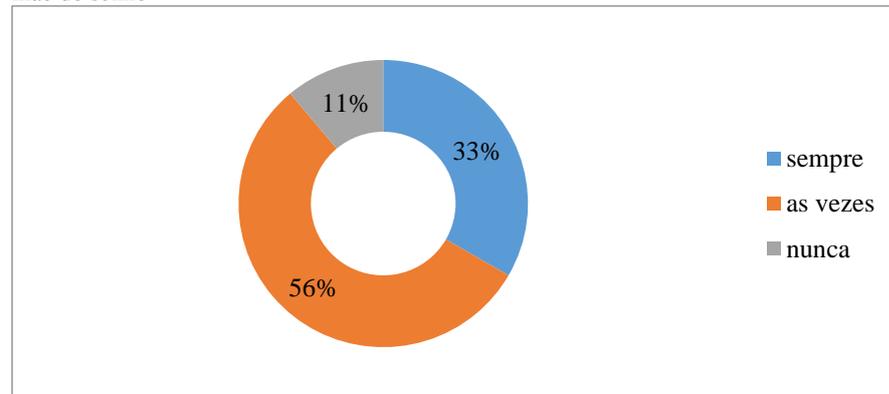
Figura 25: Gráfico referente à análise entre às vezes manter seu valor e ideal e não abrir mão do sonho



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Dos 9% que nunca manteriam seus ideais e valores frente a situações com vultos de dinheiro 33% não abririam mão do seu sonho.

Figura 26: Gráfico referente à análise entre nunca manter seu valor e ideal e não abrir mão do sonho



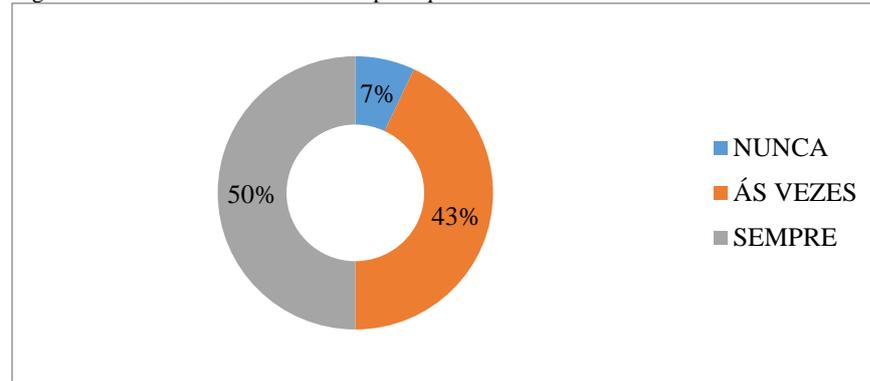
Fonte: Dados do próprio pesquisador

4.9 Análise entre ter amor pelo que faz e preocupação entre os clientes

Um dos mandamentos de ser um empreendedor bem-sucedido demonstrado por Reis e Armond (2012) é “seja sempre atento às mudanças no mercado e às expectativas dos clientes”.

Na Figura 27 foi analisado o amor que os microempreendedores têm pelo seu empreendimento. 50% sempre amam o que faz enquanto apenas 7% dizem não amar o que faz.

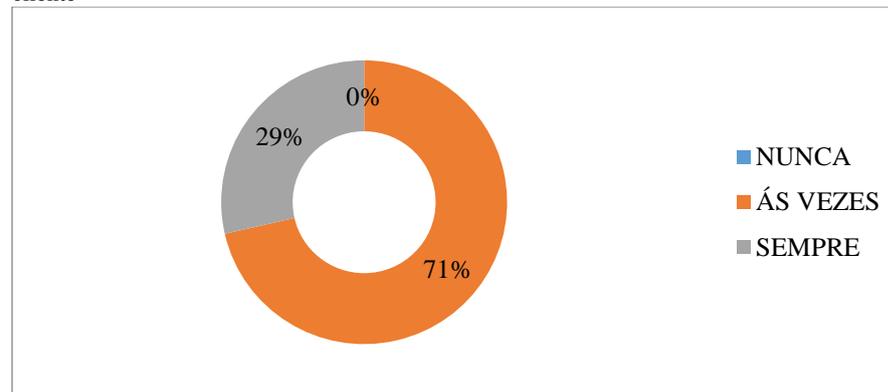
Figura 27: Gráfico referente ao amor pelo que faz



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Na presente pesquisa não há dados sobre quem ama o que faz e não se preocupa com o cliente. Dos 7% que não amam o que faz 71% dizem se preocupar com o cliente e querer satisfazê-lo,

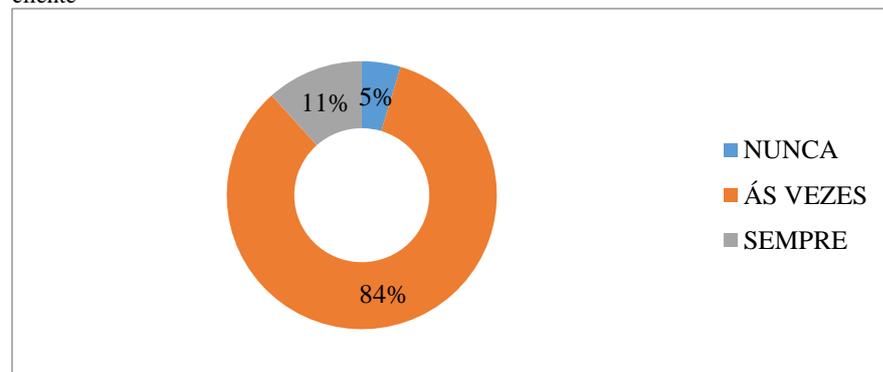
Figura 28: Gráfico referente à análise entre amar o que faz e nunca ter preocupação pelo cliente



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Na Figura 29 é demonstrado que dos 43% dos que às vezes amam o que faz 84% às vezes se preocupa com os seus clientes, nota-se também que não há indícios que também não se preocupem sempre.

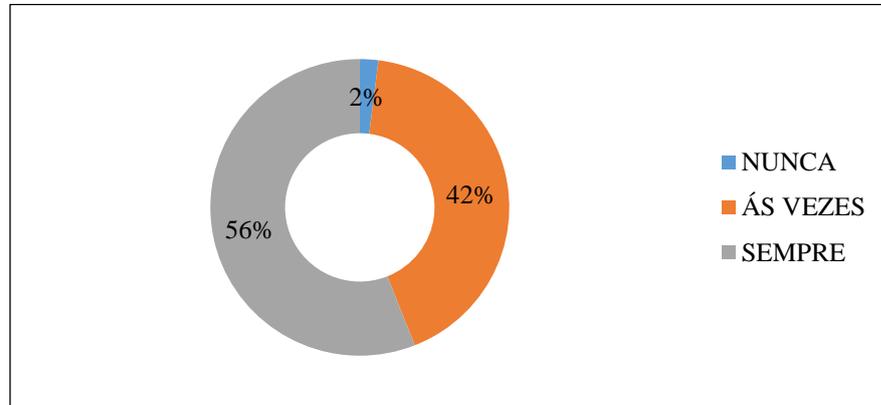
Figura 29: Gráfico referente à análise entre amar o que faz e às vezes ter preocupação pelo cliente



Fonte: Dados do próprio pesquisador

Dos 50% que dizem sempre amar o que faz 56% sempre mostra ter preocupação com o cliente e o que ele precisa.

Figura 30: Gráfico referente à análise entre amar o que faz e sempre ter preocupação pelo cliente



Fonte: Dados do próprio pesquisador

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa abordou como tema a análise do perfil do Microempreendedor Individual – MEI no DF: uma, através da aplicação de questionário a trabalhadores já formalizados na figura, foi possível levantar o perfil empreendedor do microempreendedor individual no DF.

O perfil empreendedor do microempreendedor individual no DF é constituído por mais homens que mulheres, os homens são mais propensos a correr riscos, e desses os que são acima de 30 anos são os principais atuantes em correr o risco. Os adeptos ao MEI são maioria entre 19 a 30 anos e tem o ensino médio completo. Os microempreendedores por oportunidade têm uma renda mensal maior chegando a mais que 3 salários mínimos, enquanto que os por precisão tem a renda de até 1 salário mínimo. Em sua maioria não possuíram educação financeira desde cedo, porém estão procurando por estudos. Tem no geral perfil de organizados sendo esses mais ativos nas tomadas de decisões rápidas. Frente a dificuldades são otimistas podendo às vezes não mostrar tais características. Tem que trabalhar a habilidade de persistir em seus valores e não abrirem mão de seus sonhos. São felizes no que fazem e mostram dispostos a saciar as necessidades de seus clientes.

Foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre o que é empreendedorismo. Os resultados da pesquisa proveem indícios de que empreendedorismo é uma capacidade adquirida voltada para aplicar ideias e habilidades em criação de novos projetos e/ou aperfeiçoamentos de projetos já existentes. E também é essencial ao crescimento econômico do país, visto que gera muita riqueza e visa melhoramento de condições da população.

As são habilidades inatas ou adquiridas aos empreendedores são: eficiência, educação, comprometimento, amor pela área que atua, persistência, capacidade de ultrapassar obstáculos, otimismo, organização.

O microempreendedor individual foi uma modalidade de pessoa jurídica que o governo criou visando à evasão dos empreendedores da informalidade. O MEI oferece benefícios aos adeptos sendo eles tributários e previdenciários. A partir do estudo da lei foi possível trazer os principais conceitos e informações para os microempreendedores individuais.

Com a presente pesquisa foi possível identificar que muitos trabalhadores viram a oportunidade nesta lei para colocar seus sonhos em prática, de forma menos burocratizada e com benefícios assegurados.

A pesquisa limitasse a uma amostra aleatória de 100 microempreendedores distribuídos por Brasília.

Conclui-se que a pesquisa foi importante, visto que mostrou o perfil do microempreendedor individual, servindo de base para pesquisas futuras. Para trabalhos futuros, sugere-se a comparação do perfil empreendedor de diferentes estados da federação destacando semelhanças e diferenças, um estudo sobre o que é preciso para aperfeiçoamento das atitudes empreendedoras do microempreendedor individual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, S. M. C.; DURANTE, D. G. Secretariado executivo e empreendedorismo: realidade ou utopia?. **Revista de Gestão e Secretariado - GeSec**, São Paulo, v. 4, nº 1, p. 56-74, 2013.
- BEHLING, G. PEREIRA, C. M. D.; MAZZOLENI, E. C.; BACCIN, S. S.; LENZI, F. C. Microempreendedor individual catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, Santa Catarina, v. 5, n. 1, p. 65-78, 2015.
- BOTTAN, L.; LIMA, P. P. Empreendedorismo & Governança Corporativa (EGC), **XXXIII ENANGRAD**, PERFIL MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, Bento Gonçalves, 2012.
- BRANDÃO, E. A.; VASCONCELOS, G. M. R.; MUNIZ, R. M. Empreendedorismo e **Racionalidade**. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, v. 12, nº 3, p. 47-66, 2011.
- BRASIL. **Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 19 nov. 2016.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. 2 ed. São Paulo: SARAIVA, 2007.
- CORRÊA, V. S.; VALE, G. M. V. A Dinâmica das Motivações Empreendedoras: Uma Investigação Restropectiva. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, v. 14, n. 4, p. 11-28, 2013.
- COSTA, A. M. D.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba. v. 15, n. 2, p. 179-197, 2011. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000200002>. Acesso em: 25 abr. 2016.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. 30 ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo Transformando ideias em negócios**. 5 ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.
- ECONOMICS. **Shadow Economies: Size, Causes, and Consequences**. Disponível em <http://www.economics.uni-linz.ac.at/members/schneider/files/publications/jel.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- ENDEAVOR. **Cultura Empreendedora no Brasil**. Disponível em https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F6588%2F1425322567ENDEAVOR-PESQ_PERFIS-RELAT%C3%93RIO_FINAL.pdf. Acesso em 6 out. 2016.
- FONTENELE, R. E. S. Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 14, n. 6, p. 1094-1112, 2010. Disponível em <http://www.dx.doi.org/10.1590/S1415-65552010000700007>. Acesso em: 25 abr. 2016.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo No Brasil 2010**. Disponível em https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal1%20Sebrae/Anexos/livro_gem2010.pdf. Acesso 27 ago. 2016.

_____. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo No Brasil 2015**. Disponível em [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf). Acesso 27 ago. 2016.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IFIL. **Economia popular solidária: possibilidades e limites**. Disponível em <http://www.ifil.org/rcs/biblioteca/Carbonari.htm>. Acesso em: 12 set. 2016.

JULIÃO, F.; LEONE, R. J. G.; VEIGA NETO, A. R. Fatores Determinantes da Satisfação de Usuários do Programa Microempreendedor Individual. **Teoria e Prática em Administração (TPA)**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 157-179, 2014.

LIMA, J. C. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho?. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 12, nº 25, p. 158-198, 2010.

MATIAS, M. A.; COLARES, A. C. V.; ROCHA, P. M.; CARVALHO JUNIOR, L. E. D. O Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Ciências Contábeis. **Revista Catarinense da Ciência Contábil – CRCSC**, Florianópolis, v. 12, nº. 35, p. 63-78, 2013.

MUYLDER, C. F. D.; DIAS, A. T.; OLIVEIRA, C. L. Is it possible to teach entrepreneurship? Comparative analysis with Brazilian Students. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v. 15, n. 37, p. 82-91, 2013. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/29716>. Acesso em: 25 abr. 2016.

NUNES, C. R. P. Análise do Desenvolvimento da Formalização do Microempreendedor Individual - MEI e as suas Relações Negociais no Brasil. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 17, n. 2, p. 29-54, 2013.

PAIVA, D. M. D.; PEREIRA, J. C.; PEREIRA, P. H. D.; NETO, J. V. G.; SANTOS, T. D. O Programa Microempreendedor Individual: Uma Alternativa Para Redução do Emprego Informal. **Publicativo UEPG: Ciências Sociais Aplicadas**, Ponta Grossa, v. 21, n. 2, p. 193-201, 2013. Disponível em <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/sociais>. Acesso em: 18 maio 2016.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **MEI - Microempreendedor Individual**. Disponível em <http://www.portaldoeempreendedor.gov.br/>. Acesso em: 14 jun. 2016.

PRADO, M. D. L.; MACHADO, E.; CÂNDIDO, M. D. S.; DELFINO, N. Empreendedor Individual: Uma Modalidade de Empreendedorismo Emergente. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 12, n. 3, p. 59-74, 2014. Disponível em <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php>. Acesso em: 25 abr. 2016.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Caracterização da Pesquisa em Contabilidade. In: BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2006

REIS, E.; ARMOND, Á. C. **Empreendedorismo**. 1 ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

SALGADO, J. A cultura empreendedora nos discursos sobre a juventude. **Galáxia**, São Paulo, v.13, n. 25, p. 193-204, jun.2013. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S1982-25532013000200015>. Acesso em: 25 abr. 2016.

SEBRAE. **Comportamento Empreendedor**. Disponível em www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em: 16 ago.2016.

_____. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil.** Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 16 de ago. 2016.

_____. **Perfil do Microempreendedor Individual.** Disponível em https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/estudos-apresentam-perfil-do-microempreendedor-individualdetalhe6,6a1713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em: 16 ago.2016.

SENADO FEDERAL. **Pronunciamento de José Pimentel em 15/04/2013.** Disponível em <http://www25.senado.leg.br/pt/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/398393>. Acesso em: 13 set. 2016.

SILVA, A. B. D.; LOPES, J. E. D. G.; RIBEIRO FILHO, J. F.; PEDERNEIRAS, M. M. M. Um Estudo Sobre a Percepção dos Empreendedores Individuais da Cidade de Recife Quanto à Adesão a Lei do Micro Empreendedor Individual (Lei MEI - 128/08). **Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista**, v. 4, n° 3, p. 121-137, 2010.

TIRIBA, L. Educação Popular e Pedagogia (s) da Produção Associada. **Cadernos CEDES**, v. 27, n. 71, p. 85-98, 2016. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-32622007000100006&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 12 set. 2016.

8. Sua empresa tem seus valores e ideais. Suponha que um cliente te ofereça uma proposta que é contra seus valores e ideais, porém te renderia uma quantia em dinheiro e notoriedade na sociedade. Você não aceita e segue seus princípios, pois eles são o que te faz.

Nunca Às vezes Sempre

9. Você tem conhecimento de cursos/minicursos/workshops para sua capacitação profissional. Você se interessa a fazer algum curso para melhorar sua profissão e aprender modos de aperfeiçoar seu trabalho, de planejar e executar.

Nunca Às vezes Sempre

10. Suponha que está em um mercado volátil. Você tem que decidir rapidamente se tira do mercado um produto/serviço prestado a sociedade. A sua decisão é rápida e consciente e caso seja a decisão errada, tudo bem você assume a responsabilidade.

Nunca Às vezes Sempre

11. Suponha um dia cheio de trabalho com prazos a cumprir. Você se organiza para saber a urgência e de como trabalhar de forma objetiva para cumprir com todo o trabalho solicitado.

Nunca Às vezes Sempre

12. Você ama o que faz e sempre está a procura de deixar sua marca/nome registrada nas vidas dos seus clientes.

Nunca Às vezes Sempre

13. Suponha que você está trabalhando. Nesse dia você descobre que por causa de uma pendência no banco sua conta de PJ não foi aberta o que acarreta na impossibilidade de compras de suprimentos. Você procura formas de resolver a pendência como tentar em outros bancos mesmo que isso acarrete tempo e custos adicionais, mas não desiste.

Nunca Às vezes Sempre

14. Suponha que você tenha recebido uma proposta de emprego que te remunerará mais do que o faturamento do seu empreendimento. Você pensaria na hipótese de abrir mão do seu sonho pelo dinheiro.

Nunca Às vezes Sempre

15. Suponha que você está lançando um novo produto/serviço no mercado. Você calcula o quanto gastará com esse lançamento frente ao retorno e mesmo se a margem for de um risco pequeno de perda, você arrisca por acreditar no produto/serviço.

Nunca Às vezes Sempre

16. Imagine que você é dono de um empreendimento que está passando por dificuldades. Você se coloca como responsável e procura formas de saciar as necessidades e agregar valor a seu nome para permanência no mercado.

Nunca Às vezes Sempre

17. Você está trabalhando e chega um pedido de última hora de um cliente. Você age com calma e mobiliza-se para atendê-lo de forma eficaz e sempre sendo otimista e confiante que o trabalho será feito em tempo hábil e de forma correta.

Nunca Às vezes Sempre