

Mirza Aly Lalgy

Atitude Empreendedora em Micro e Pequenos Negócios em  
Moçambique  
(Caso Serviços de *Catering* na Cidade de Maputo)



Universidade Politécnica  
Escola Superior de Gestão, Ciências e Tecnologias

Maputo, 2011

Mirza Aly Lalgy

Atitude Empreendedora em Micro e Pequenos Negócios em  
Moçambique  
(Caso Serviços de *Catering* na Cidade de Maputo)



Universidade Politécnica  
Escola Superior de Gestão, Ciências e Tecnologias

Maputo, 2011

Autor do Trabalho: Mirza Aly Lalgy

Título do Trabalho: Atitude Empreendedora em Micro e Pequenos Negócios em Moçambique  
(Caso Serviços de *Catering* na Cidade de Maputo)

Nome do Tutor: Dr. Abú Tajú

Parecer do Tutor:

A Mirza, escolheu um tema muito importante para a sociedade, pois o mundo está confrontado com a crise económica e financeira que vem piorar as condições de emprego.

Neste contexto, é importante fazer um estudo sobre as características dos empreendedores Moçambicanos, objecto deste estudo.

A Mirza fez uma investigação, que lhe permitiu recolher dados para formulação de conclusões e recomendações, portanto o trabalho reúne as condições para ser apresentado ao júri para avaliação.

## **Resumo**

A presente pesquisa tem como tema a atitude empreendedora em micro e pequenos negócios. Para o efeito, este trabalho, foi realizado a partir de revisão de literatura, onde procurou-se compreender o conceito de empreendedorismo, sua evolução conceitual e as principais características das micro e pequenas empresas. Sabendo que essas empresas, hoje, são responsáveis por grande parte do emprego gerado e mantido em Moçambique e acreditando que o empreendedor possui certas características que ao serem bem trabalhadas são capazes de manter suas empresas no mercado por mais tempo, optou-se pela elaboração de um trabalho cujo objectivo é **medir as dimensões da atitude empreendedora**.

Para operacionalização desta pesquisa foi utilizado um questionário, validado, construído e desenvolvido por Souza e Lopez (2005) denominado Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE. Este instrumento é composto por 36 itens, divididos em quatro dimensões: Realização, Planeamento, Poder e Inovação, através do qual, pretendeu-se medir a frequência com que a atitude empreendedora é percebida nos micro e pequenos empresários.

Este trabalho contou com uma amostra de 20 micro e pequenas empresas do ramo de prestação de serviços de *Catering*, localizadas na cidade de Maputo, **totalizando 20 indivíduos**.

Na média, as respostas dos pesquisados mostraram-se favoráveis à presença de atitude empreendedora, porém, existem alguns aspectos da atitude empreendedora que podem ser melhorados, a fim de torná-los ainda mais empreendedores.

## **Dedicatória**

A minha avó materna pela atenção dada nos primeiros anos da minha carreira estudantil.

## **Agradecimentos**

Tenho a agradecer a muitos,

A Deus, por tudo.

A todas as pessoas que directa ou indirectamente contribuíram para que este trabalho se tornasse uma realidade. Em especial agradeço ao meu supervisor, Dr. Abú Tajú, pelos ensinamentos e sugestões metodológicas de que o presente trabalho resulta.

Ao meu esposo, Mauro Marino, pelo companheirismo.

Aos meus colegas e amigos pelo incentivo e apoio na conclusão do trabalho de fim de curso.

A minha família, agradeço muito pela educação que me deram.

## ÍNDICE

<b>Capítulo I-Introdução .....</b>	<b>10</b>
1.1 Apresentação do problema .....	11
1.2 Objectivos da Pesquisa .....	11
1.1.1 Objectivo Geral .....	11
1.2.2 Objectivos Específicos .....	12
1.2.3 Resultados Esperados .....	12
<b>Capítulo II -Revisão da Literatura .....</b>	<b>13</b>
2.1 Empreendedorismo.....	13
2.1.1 Origem e Evolução do Empreendedorismo .....	13
2.1.2 Conceito de Empreendedorismo .....	15
2.1.3 Teorias do Empreendedorismo.....	16
2.1.4 Conceito de Empreendedor .....	18
2.1.5 Características do Empreendedor.....	20
2.1.6 Diferença entre o Empresário e o Empreendedor .....	24
2.1.7 Diferença entre o Gestor e o Empreendedor .....	25
2.2 Atitude Empreendedora.....	26
2.2.1 Conceito de Atitude Empreendedora .....	26
2.3 Empreendedorismo em Moçambique.....	29
2.4 Micro e Pequenas Empresas em Moçambique.....	31
3.1 População e Amostra.....	33
3.2 Instrumento de Recolha de Dados .....	34
3.3 Colecta e Análise de Dados .....	35
<b>Capítulo IV – Apresentação e Discussão dos Resultados.....</b>	<b>37</b>
4.1 Distribuição dos Gestores e Proprietários por Sexo .....	37
4.2 Análise do Nível de Escolaridade.....	38
4.3 Anos de Experiência e Nível de Escolaridade.....	38
4.4 Análise da Dimensão Realização .....	39
4.5 Análise da Dimensão Planeamento .....	40
4.6 Análise da Dimensão Poder.....	42
4.7 Análise da Dimensão Inovação .....	43
4.8 Análise Resumo da Dimensão Realização, Planeamento, Poder e Inovação .....	44
5.1 Conclusões.....	46
5.2 Recomendações .....	48
Referências Bibliográficas.....	43
Anexo 1: Questionário.....	45

## **Lista de Tabelas**

Tabela 2.1: Matriz de Características de Empreendedor e Empreendedorismo.....	13
Tabela 3.1:Distribuição das Questões Segundo as Dimensões.....	29
Tabela 4.1:Anos de Experiência e Nível de Escolaridade.....	33
Tabela 4.2: Dimensão Realização.....	34
Tabela 4.3: Dimensão Planeamento.....	35
Tabela 4.4: Dimensão Poder.....	37
Tabela 4.5: Dimensão Inovação.....	38
Tabela 4.6: Tabela Resumo.....	39

## **Lista de Gráficos**

Gráfico 4.1: Distribuição dos Gestores e Empreendedores por Sexo.....	31
Gráfico 4.2: Nível de Escolaridade.....	32

## **Capítulo I-Introdução**

No cenário actual, de rápidas mudanças e uma economia globalizada, o desafio dos empresários é incrementar a produtividade e a competitividade de suas empresas. Para tal, o desafio não é apenas criar uma empresa, mas sim torná-la competitiva.

A globalização estimulou diversas empresas a buscarem diferentes alternativas a fim de adaptarem-se à nova realidade económica. A competitividade entre as empresas tornou-se muito grande, o que fez com que as empresas se vissem obrigadas a elevar a qualidade de seus produtos e a aumentar a produtividade de seus processos de fabricação.

De acordo com Lopez (2005) para alguns autores como Schumpeter (1982) e McClelland (1972) o empreendedorismo é visto como um dos agentes causadores do crescimento económico de um país.

Nos dias de hoje, podemos observar que é crescente o número de novos empreendedores em Moçambique, contudo verificamos que muitos não estão preparados o suficiente para sustentar a nova realidade, acabando por fracassar em seus projectos. Embora haja, casos em que, o empreendedor através de sua coragem, ousadia, criatividade, inovação, flexibilidade, agilidade, dentre outras, realiza seus sonhos, é necessário á criação de estruturas de apoio ao empreendedor, sejam elas financeira, técnica, entre outras. Quanto mais empreendedores formados, mais certeza se terá de que as micro e pequenas empresas se tornarão mais fortes e auto-sustentáveis, contribuindo, assim, para um Moçambique melhor.

È importante que as micro e pequenas empresas busquem alternativas capazes de se manter no mercado. Uma alternativa é a capacitação para um comportamento inovador e empreendedor.

O empreendedor é visto como o indivíduo tomador das decisões em relação à inovação e assume a responsabilidade pelos resultados alcançados. Sendo assim, é necessário conhecer as suas características pessoais para entender como consegue levar a empresa à sustentabilidade e ao desenvolvimento.

## **1.1 Apresentação do problema**

O início de um novo negócio, para todo novo candidato a empreendedor, está geralmente impregnado do chamado “espírito empreendedor”, possuindo ou não o perfil e habilidades adequadas ao negócio.

A capacidade individual de definir claramente os objectivos a serem alcançados, através da identificação e do aproveitamento das oportunidades oferecidas pelo meio em que está inserido; a habilidade na comunicação e persuasão das pessoas com quem está envolvido nesta empreitada; a obtenção, utilização e controle dos recursos; o poder de negociação; aquisição de informações; a desenvoltura na resolução de problemas; criatividade e inovação; persistência; agilidade; ousadia e coragem; dentre outros, são factores imprescindíveis e fundamentais, na avaliação do empreendedor.

Quando o empreendimento atinge o estágio de sobrevivência, "O negócio deu certo", muitos empreendedores acabam se agarrando à empresa, super estimando a mesma e tendo medo de perde-la. Este fenómeno psicológico ocorre principalmente nas micro e pequenas empresas (M.CAETANO, 2006).

Diante do contexto em que as empresas enfrentam dificuldades em sobreviver ao mercado altamente competitivo, mostra-se muito importante levantar algumas questões relacionadas com as atitudes, e como nas empresas essas atitudes se manifestam.

Assim, a pergunta de pesquisa é de até que ponto o pequeno gestor e proprietário moçambicano possui atitudes empreendedoras.

## **1.2 Objectivos da Pesquisa**

Com a presente pesquisa, pretende-se alcançar os objectivos que se seguem:

### **1.1.1 Objectivo Geral**

Identificar a atitude empreendedora do micro e pequeno empresário na área de prestação de serviços de *catering*, na cidade de Maputo.

### **1.2.2 Objectivos Específicos**

- Identificar as principais características do empreendedor; e
- Identificar o perfil dos proprietários e gestores em relação às características empreendedoras no ramo de prestação de serviços de *catering*.

### **1.2.3 Resultados Esperados**

Espera-se que o esforço desta pesquisa venha contribuir para o conhecimento sobre empreendedorismo em Moçambique, quanto às habilidades e conhecimentos que os empreendedores precisam desenvolver, para que dessa forma, seja possível iniciar um negócio ou dar continuidade a um empreendimento com maiores possibilidades de sucesso.

## Capítulo II -Revisão da Literatura

Neste capítulo será apresentado o conceito de empreendedorismo e sua evolução ao longo dos tempos.

### 2.1 Empreendedorismo

#### 2.1.1 Origem e Evolução do Empreendedorismo

O empreendedorismo (*entrepreneur*) surgiu na França por volta dos séculos XVII e XVIII, com o objectivo de designar aquelas pessoas ousadas que estimulavam o progresso económico, mediante novas e melhores formas de agir. (GERBER, 1996).

Entretanto, foi o economista francês Jean-Baptiste Say, que no início do século XIX conceituou o empreendedor como o indivíduo capaz de mover recursos económicos de uma área de baixa para outra de maior produtividade e retorno. Mais tarde, o austríaco Joseph Shumpeter, um dos mais importantes economistas do século XX definiria empreendedor como sendo esse indivíduo que reforma ou revoluciona o processo “criativo-destrutivo” do capitalismo, por meio do desenvolvimento de nova tecnologia ou do aprimoramento de uma antiga – o real papel da inovação. Esses indivíduos são os agentes de mudança na economia. (GERBER, 1996).

Posteriormente, Peter Drucker (1986), considerado “o pai da administração moderna”, é que amplia a definição proposta por Jean-Baptiste Say, descrevendo os empreendedores como aqueles que aproveitam as oportunidades para criar as mudanças. Os empreendedores não devem se limitar aos seus próprios talentos pessoais e intelectuais para levar a cabo o acto de empreender, mas mobilizar recursos externos, valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiência, para alcançar seus objectivos. (GERBER, 1996).

Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram no século XVII, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo,

tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor (aquele que assume riscos), do capitalista (aquele que fornecia o capital). (GERBER, 1996).

No século XVIII o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização, que ocorria no mundo, através da Revolução Industrial. (GERBER, 1996).

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os administradores (o que ocorre até os dias actuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista económico, como aqueles que organizam a empresa, pagam empregados, planificam, dirigem e controlam as acções desenvolvidas na organização, mas sempre ao serviço do capitalista (GERBER, 1996).

No final do século XX, vários estudiosos da corrente de pensamento comportamentalista como Max Weber, David C. McClelland, Brockhaus, Lorrain, Dussauet e Fillon realizaram estudos com o objectivo de traçar o perfil definitivo da personalidade empreendedora.

Apesar dos estudos realizados pelos comportamentalistas, não há evidências científicas, suficientes, capazes de traçar um perfil definitivo da personalidade empreendedora. Entretanto, existem características comuns nos indivíduos empreendedores, como a criatividade, liderança, assunção de riscos moderados, flexibilidade na tomada de decisões, necessidade de realização, iniciativa, envolvimento a longo prazo e sensibilidade. (FILION, 2000).

Do ponto de vista comportamental, o empreendedorismo parece ser um fenómeno regional. Segundo esses estudiosos, as culturas, as necessidades e os hábitos de uma região influenciam o comportamento do indivíduo, reflectindo, assim, na maneira de gerir seus negócios e conduzir sua empresa (SOUZA, 2006).

Nos anos 80, o campo do empreendedorismo cresceu e espalhou-se por inúmeras ciências humanas e gerências. A transição foi marcada por 2 eventos: a publicação da primeira enciclopédia contendo o que havia de melhor e mais moderno sobre o empreendedorismo e a primeira grande conferência anual (a conferência de Babson) dedicada ao estudo deste novo campo (FILION, 2000).

## 2.1.2 Conceito de Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fenómeno global decorrente de profundas mudanças nas relações internacionais entre nações e empresas, entre o modo de produção, o mercado de trabalho e a formação profissional.

Uma das mais antigas conceituações, ainda hoje utilizada, pertence ao economista Schumpeter que estudou o empreendedorismo como sendo um factor de desenvolvimento económico, ressaltando a importância do papel do empreendedor na economia devido à introdução de novas combinações no mercado. Para este autor, o empreendedorismo é a busca de novas direcções, do diferencial competitivo e de novas conquistas, associadas à inovação, na medida em que a sua essência está na percepção e aproveitamento de oportunidades de negócios, no desejo de fundar empreendimentos, de utilizar recursos de uma nova forma, na alegria de criar, de fazer as coisas e de exercitar a energia e a engenhosidade. (SCHUMPETER, 1997, apud SOUZA, 2006).

O conceito de empreendedorismo de Schumpeter é reforçado pela pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realizada em 31 países no ano de 2003 sobre o empreendedorismo, destacando o seguinte:

*“Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo uma actividade autónoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas”.* (GEM, 2003, p.5).

Para Gimenez et al. (2000, p.10), empreendedorismo é “o estudo da criação e da administração de negócios novos, pequenos e familiares, e das características e problemas especiais dos empreendedores”, ou seja, para esses autores o empreendedorismo é tido como sendo à busca de oportunidades e o domínio efectivo dos activos tangíveis.

### 2.1.3 Teorias do Empreendedorismo

#### *Teoria Económica*

A **teoria económica**, também conhecida como schumpeteriana, demonstra que os primeiros a perceberem a importância do empreendedorismo foram os economistas. Estes estavam primordialmente interessados em compreender o papel do empreendedor e o impacto da sua actuação na economia. Três nomes destacam-se nessa teoria: Richard Cantillon<sup>1</sup>, Jean Baptiste Say<sup>2</sup> e Joseph Shumpeter. (GERBER, 1996).

Cantillon e Say consideravam os empreendedores como pessoas que corriam riscos, basicamente porque investiam seu próprio dinheiro. Na visão de Cantillon, os empreendedores compravam matéria-prima, por certo preço com o objectivo de processá-la e revendê-la por um preço ainda não definido. Os empreendedores eram, portanto, pessoas que aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros, assumindo riscos inerentes. Say fazia distinção entre empreendedores e capitalistas e entre os lucros de cada um. Ao fazê-lo, associou os empreendedores à inovação e via-os como os agentes da mudança. (GERBER, 1996).

Porém, Schumpeter foi quem realmente lançou o campo do empreendedorismo, associando-o claramente à essência da inovação.

A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios, sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações. Uma das principais críticas destinadas a esses economistas é que eles não foram capazes de criar uma ciência comportamentalista. (GERBER, 1996).

---

<sup>1</sup>Cantillon era um banqueiro que hoje poderia ser descrito como um capitalista de risco, cujos escritos revelam um homem em busca de oportunidades de negócios, preocupado com a gestão inteligente dos negócios e a obtenção de rendimentos otimizados para o capital investido.

<sup>2</sup>Say distinguiu entre empreendedores e capitalistas e os lucros de cada um. Say considerava o desenvolvimento económico como resultado da criação de novos empreendimentos e ansiava pela expansão da Revolução Industrial inglesa na França.

### *Teoria Comportamentalista*

A segunda teoria, dos comportamentalistas, refere-se a especialistas do comportamento humano: psicólogos, psicanalistas, sociólogos, entre outros. O objectivo desta abordagem do empreendedorismo foi de ampliar o conhecimento sobre motivação e o comportamento humano. (GERBER, 1996).

Um dos primeiros autores desse grupo a demonstrar interesse foi Max Weber (1930). Ele identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor. Via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal. Toda via, o autor que realmente deu início à contribuição das ciências do comportamento foi David C. McClelland (1972).

Nessa linha, McClelland (1972) foi um dos primeiros autores a estudar e destacar o papel dos homens de negócios na sociedade e suas contribuições para o desenvolvimento económico. Esse autor concentra sua atenção sobre o desejo, como uma força realizadora controlada pela razão. Para McClelland, um empreendedor é alguém que exerce controlo sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal. De acordo com a sua definição, um executivo em uma unidade produtora de aço na União Soviética é um empreendedor.

De facto o trabalho de McClelland (1972) está concentrado em gestores de grandes organizações e, apesar de estar fortemente ligado ao empreendedorismo, uma leitura cuidadosa de seus escritos mostra que ele nunca fez qualquer elo entre a necessidade de auto realização e a decisão de lançar, possuir ou até mesmo gerir um negócio.

Outros pesquisadores têm estudado a necessidade de realização, porém nenhum deles parece ter chegado a conclusões definitivas sobre qualquer tipo de conexão com o sucesso dos empreendedores. Alguns autores acham que a necessidade de realização é insuficiente para a explicação de novos empreendimentos; enquanto outros acham que ela não é suficiente o bastante para explicar o sucesso dos empreendedores.

É importante observar que os autores da teoria comportamentalista não se opuseram às teorias dos economistas, e sim ampliaram as características dos empreendedores.

#### **2.1.4 Conceito de Empreendedor**

Os empreendedores são pessoas muito determinadas, anseiam por conquistar novos espaços, desenvolver novos produtos e criar novos procedimentos, desejam o sucesso e o poder. São apaixonadas pelo que fazem e utilizam sua criatividade, suas habilidades gerências e seus conhecimentos com o intuito de descobrir novas formas de inovar capazes de trazer vantagens competitivas a seu negócio (DORNELAS, 2003).

Segundo Druker (1986, apud SOUZA, 2006), os empreendedores buscam, constantemente, a mudança, a inovação, concentram-se em explorar oportunidades, que nem sempre são vistas pelos demais. Preocupam-se em mensurar os riscos, lidar com as incertezas e exploram todo o seu conhecimento em prol da criação de novos produtos e novas maneiras de utilizar os recursos disponíveis, descobrindo assim, novas maneiras de gerar riquezas.

Souza (2006,p.8) explica que:

*O indivíduo empreendedor, seria portanto, um líder com competências especiais para tratar a complexidade das actividades quotidianas, advindas da necessidade de atender a altos níveis de qualidade e de satisfação da sociedade; canalizar as actividades quotidianas em direcção ao sucesso estratégico da empresa: aceitar e promover, dentro do enfoque de responsabilidade social, a ética e os princípios morais e ecológicos para todos os membros da empresa, como factor de competitividade e sucesso.*

Empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às actividades de organização, administração, execução, principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. Também é utilizado – no cenário

económico – para designar o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo a duras custas, criando o que ainda não existia (SOUZA, 2006).

Foi criada uma matriz de características do empreendedor e empreendedorismo, onde se apresenta a informação das principais características do empreendedor indicado por cada autor. Segue abaixo a matriz desenvolvida por Souza (2006, p. 17).

**Quadro 2.1: Matriz de Características de Empreendedor e Empreendedorismo. Fonte: Souza (2006)**

Características	Autores																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTAL
Buscar Oportunidades	x	X		x	X	X	x		x		x	x	x	X			11
Conhecimento de Mercado						X	x	x				x		X			5
Conhecimento de Produto						X	x	x				x		X			5
Correr Riscos	x	X		x	X	X	x				x	x		X	x		10
Criatividade		X		x		X		x	x	X		x		X	x		9
Iniciativa	x	X		x					x					X		x	6
<b>Inovação</b>	<b>x</b>	<b>X</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>X</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>X</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>X</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>16</b>
Liderança	x	X	x	x	X		x				x						7
Necessidade de Realização	x	X									x				x	x	5
Proactividade	x	X		x											x	x	5
Visionaridade				x					x		x			X		x	5

Onde: 1-J.Schumpeter; 2- D.Mc.Clelland; 3- M.Weber; 4- L.J.Filion; 5- R.E.McDonald; 6- R.Degen; 7- P.Drucker; 8- R.Lalkala; 9- I.Dutra; 10- Barros e Prates; 11- H.Mintzberg; 12- E.Angelo; 13- Logenecker et al.; 14- E. Leite; 15- Carland et al. e 16- Frese et al.

Através desta matriz, Souza (2006) procurou demonstrar que dentre as várias características estudadas por vários autores, a única que aparece em todos os trabalhos dos 16 autores estudados é a competência Inovação. Percebe-se, assim, que essa é uma característica muito importante para o empreendedor.

Para Heilbrobner (1996) só haverá inovação se existir um inovador, ou seja, alguém capaz de introduzir inovações tecnológicas ou organizacionais, ou nas formas mais baratas de produzir coisas ou maneiras de fabricar completamente diferentes.

Heilbrobner (1996, p.273) explica o significado do processo de inovar, como sendo um novo processo que permite que um capitalista inovador produza as mesmas mercadorias que seus concorrentes, porém a um custo mais baixo.

Segundo Fillion (1999, p.19), o empreendedor é um indivíduo dotado de imaginação e criatividade, que se destaca pela sua capacidade de estabelecer objectivos e sua determinação para atingi-los. É uma pessoa consciente do ambiente em que vive, com grande capacidade para detectar oportunidades, assume riscos moderados, procura minimizar as incertezas relacionadas aos seus negócios e busca, continuamente, informações sobre o seu empreendimento. Através de um estudo contínuo sobre seu contexto empresarial, vislumbrando oportunidades de negócios, e acções capazes de explorar tais alternativas, esses indivíduos conseguirão manter seu papel de empreendedor.

### **2.1.5 Características do Empreendedor**

Uma pessoa empreendedora precisa ter características diferenciadas como originalidade, ter flexibilidade e facilidade nas negociações, tolerar erros, ter iniciativa, ser optimista, ter autoconfiança, ter intuição e ser visionário para negócios futuros. Um empreendedor é um administrador, necessita ter conhecimentos administrativos, ter uma política para a empresa, ter diligência, prudência e comprometimento (CRUZ, 2005).

O empreendedor tem um novo olhar sobre o mundo à medida que presencia a sua evolução. Valoriza suas experiências, seu valor, tomando decisões acertadas. Abre novas trilhas, explora novos conhecimentos, define objectivos e dá o primeiro passo. (GERBER, 1996).

De acordo com Gerber (1996), o século XVIII foi marcado por grandes modificações nos processos industriais. A revolução industrial teve início no século XVII, se caracterizando pela mudança dos processos produtivos que eram feitos manualmente e passaram a ser feitos por máquinas. Essa época modificou ou transformou os meios de produção, as relações económicas,

as relações sociais e as relações culturais. Como consequência aconteceu a divisão do trabalho, a produção em série e a urbanização.

Segundo Leite (2000), o Homem passou a ser visto como uma máquina produtiva e não como gente. Procurando cada vez mais a eficácia, surgiram os grandes pensadores aliados aos interesses dos empresários. Cenários com novas estratégias. Fala-se em *marketing* e relações humanas. As ideias de Taylor imperam, porém o consumidor se faz ouvir, surgindo a segmentação do mercado, a diversidade, modelos específicos para usuários diferentes. Estas ideias de Taylor foram colocadas em causa pelo mundo da informática, com a nova visão de mundo. Drucker, (1970) considerado o pai da gestão, colocou-se de lado o mecanicismo e surgiu a preocupação com o indivíduo. Descobriu-se que, para o bom desempenho, a auto-estima é vital. Com as tecnologias de informação, o homem passa a ser o centro das atenções. Assim, o perfil do profissional de sucesso que lidera suas concepções e suas atitudes está em pessoas que conseguem harmonizar esforços individuais ou colectivos e que criam algo novo e criativo.

Segundo Leite (2000), nas **qualidades pessoais** de um empreendedor, entre muitas, destacam-se: A iniciativa, a visão, a coragem (saber perder e ganhar e não ter medo do fracasso), a firmeza, a decisão (ter capacidade de tomar as decisões que enfrentar ao longo da sua vida, em tempo oportuno, mesmo quando arriscadas, difíceis ou ousadas), a atitude de respeito humano e a capacidade de organização e direcção.

Traçar metas, actualizar conhecimentos, ser inteligente do ponto de vista emocional, conhecer teorias de administração, de qualidade e gestão, são mudanças decorrentes da globalização e da revolução da informação. O empreendedor deve focalizar o aprendizado nos quatros pilares da educação: aprender a aprender, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser, e com isso, ser capaz de tomar a decisão certa frente à concorrência existente. Novas habilidades vêm sendo exigidas dos profissionais para poderem enfrentar a globalização com responsabilidade, competência e autonomia. (LEITE, 2000).

Gerber (2004), apresenta algumas diferenças dos três personagens que correspondem a papéis organizacionais, que são:

- a) O **Empreendedor**, que transforma a situação mais trivial em uma oportunidade excepcional, é visionário, sonhador; vive no futuro, nunca no passado e raramente no presente; nos negócios é o inovador, o grande estrategista, o criador de novos métodos para penetrar nos novos mercados;
- b) O **Administrador**, que é pragmático, vive no passado, almeja ordem, cria esquemas extremamente organizados para tudo;
- c) O **Técnico**, que é o executor, gosta de consertar coisas, vive no presente, fica satisfeito no controle do fluxo de trabalho e é um individualista determinado.

É importante destacar no pensamento de Gerber (2004) o facto dos três personagens estarem em eterno conflito, sendo que ao menor descuido o técnico toma conta, matando o visionário, o sonhador, o personagem criativo que está sempre lidando com o desconhecido. Os riscos fazem parte de qualquer actividade, sendo necessário aprender a administrá-los, pois eles são um dos factores mais importantes que inibem o surgimento de novos empreendedores. Um outro factor inibidor é o "capital social" que são os valores e as ideias que sublimemente nos foram inculcados por nossos pais, professores, amigos e outros que influenciaram na nossa formação intelectual e que, inconscientemente, orientam nossas vidas.

Dessa forma, um pai engenheiro desperta no filho o ideal de seguir a mesma carreira, militares, pilotos, desportistas, até pessoas que raramente vão vislumbrar ou ter interesse numa carreira de empreendedor exercem sua influência na formação das pessoas. É de se considerar, porém, que a avaliação mais objectiva do preparo para empreender é a percepção que a pessoa tem de si própria, reflectindo na sua auto-confiança. Com o potencial empreendedor também isso acontece. O que se aprende na escola, nas pesquisas, nas observações, vai se acumulando. O preparar-se para ser empreendedor, portanto, inicia-se com o domínio que se tem sobre tarefas que se fazem necessárias, o próprio desenvolvimento da capacidade de gestão. O que falta, na verdade, é motivação para uma tomada de decisão para se tornar um empreendedor.

Decisões tomadas no quotidiano são inúmeras. Os processos de decisão nem sempre são simples, objectivos e eficientes como deveriam ser pois, se a intuição está de um lado, a análise racional está do outro.

A decisão é de cada um. Interagir, reflectir, deixar a cada um o momento de uma descoberta e desenvolvendo habilidades específicas para o sucesso da sua escolha é de responsabilidade única e exclusiva. As características comuns que se encontram no empreendedor que fez uma escolha, tanto nas universidades como na sociedade, são difíceis para listar com precisão, porém diferentes autores chegaram a algumas conclusões. Elas dizem respeito às necessidades, conhecimento, habilidades e valores.

As necessidades que se referem aos conhecimentos, LEZANA (1995, p.78) são:

- Aspectos técnicos relacionados a negócios;
- Experiência na área comercial;
- Escolaridade;
- Formação complementar;
- Experiência em organizações; e
- Vivência com situações novas.

Britto e Wever (2003) citam cinco elementos/qualidades fundamentais para desenvolver um perfil empreendedor:

- **Criatividade e Inovação:** empreendedores conseguem identificar oportunidades, grandes ou pequenas onde ninguém mais consegue notar;
- **Habilidade ao aplicar esta criatividade:** eles conseguem direccionar esforços num único objectivo;
- **Força de vontade e fé:** eles acreditam fervorosamente em sua habilidade de mudar o modo como as coisas são feitas e têm força de vontade e paixão para alcançar o sucesso;
- **Foco na geração de valor:** eles desejam fazer coisas da melhor maneira possível, do modo mais rápido e barato, e
- **Correr riscos:** quebrando regras, encurtando distâncias e indo contra o status.

Para Chiavenato (2006 p.16) um empreendedor bem-sucedido deve ter as seguintes características:

- Iniciativa e busca de oportunidades;

- Perseverança;
- Comprometimento;
- Busca de qualidade e eficiência;
- Coragem para assumir riscos;
- Fixação de metas objectivas;
- Busca de informações;
- Planeamento e monitorização sistemáticos, isto é, detalhe de planos e controles;
- Capacidade de persuasão e de estabelecer redes de contactos pessoais; e
- Independência, autonomia e auto-controle;

Não existe o verdadeiro perfil empresarial, o que existe é empreendedores que provêm de experiências profissionais, educacionais e situações familiares e vivências profissionais variadas. Portanto, o empreendedor pode ser, médico, secretária, trabalhador da linha de montagem, representante comercial, gerente, engenheiro, professor, não há uma profissão que diga que este é o perfil do empreendedor. Apesar de a literatura mostrar vários aspectos sobre as características empreendedoras, as mais fáceis de perceber são: necessidade de reconhecimento, de poder e status, de segurança, de auto realização e inovação, capacidade de persuasão, auto - confiança, disposição ao risco e perseverança.

Resumindo, capacidade de inovação, capacidade de assumir riscos e a transformação de uma ideia em oportunidade, são as características mais citadas entre os autores.

### **2.1.6 Diferença entre o Empresário e o Empreendedor**

Existem, na literatura, vários conceitos sobre o empreendedor, porém verifica-se que existe confusão em torno do conceito de empresário e empreendedor.

O empreendedor não necessariamente tem que ser empresário e o empresário obrigatoriamente precisa ser empreendedor, porque sem as características de empreendedor, o empresário dificilmente conseguirá manter-se no mercado. (SOUZA, 2006)

O empreendedor é inovador com iniciativa, que busca constantemente oportunidades para poder realizar negócios, enquanto o empresário é responsável pela organização da empresa,

administração dos negócios e coordenação da estrutura organizacional. Um empresário pode ser dotado de traços de personalidade que o façam conduzir uma empresa, mas se não buscar atitude empreendedora, o seu negócio poderá fracassar.

O empreendedor precisa de ser criativo, não somente quando abre uma empresa, mas durante toda a sua existência. Ele considera que uma empresa não é um projecto morto, mas tem a possibilidade de vida eterna. E, por isso, acredita que logo após abri-la, é preciso renovar, sendo assim, é necessário que este seja inovador, alguém capaz de demonstrar novas ideias, agregando valor social.

Por um outro lado, o empresário detém uma empresa porque montou, comprou ou herdou, e sua actuação limita-se a administrá-la. Ele está mais preocupado em gerir o negócio e atingir seus objectivos pessoais do que inovar e fazê-lo crescer.

### **2.1.7 Diferença entre o Gestor e o Empreendedor**

Segundo Filion (2000, p.2) “os gestores perseguem os objectivos fazendo uso efectivo e eficiente dos recursos”. Eles, normalmente, trabalham dentro de uma estrutura previamente definida por outras pessoas.

De acordo com Rodrigues (1998, p.19) “gestores podem ser empreendedores, também, mas essa possibilidade torna-se mais remota se a organização em que trabalham não lhes outorga o poder necessário para isso”, percebe-se que a estrutura organizacional, composta de regras, processos, políticas, directrizes e estrutura, pode contribuir ou não para o surgimento da acção gestora inovativa.

Rodrigues (1998, p.19) vai além e afirma que o gestor inovador para se sentir motivado a realizar mudanças precisa de poder para fazer aquilo que almeja, necessita de informações, suporte e recursos para viabilizar seu projecto, valoriza mais os dados do que os recursos financeiros, propriamente ditos, vai além das expectativas, e o risco para ele torna-se um estímulo.

Segundo Filion (2000), os gestores realizam as suas actividades baseando-se na razão e os empreendedores baseia-se mais na sua intuição.

## **2.2 Atitude Empreendedora**

Atitude é uma palavra derivada do latim e significa maneira organizada e coerente de pensar, sentir e reagir. Trata-se da “predisposição apreendida” pelo indivíduo por meio de experiências e informações capazes de influenciar a maneira de agir em relação a qualquer estímulo ou situação. (LOPEZ, 2005).

A atitude quando combinada a uma situação específica desencadeia um resultado denominado comportamento. O comportamento é tido como a maneira que os indivíduos conduzem suas acções. Não se trata, apenas, daquilo que as pessoas acreditam ser correcto, mas sim, a maneira que a sociedade espera que o indivíduo se comporte diante de uma dada circunstância. Refere-se à mudança, movimento, reacção de qualquer entidade ou sistema em relação a seu ambiente ou situação. Sendo assim, tem-se que a atitude é a intenção de se comportar enquanto o comportamento é a acção, propriamente dita (LOPEZ, 2005).

### **2.2.1 Conceito de Atitude Empreendedora**

Para ser empreendedor, deve-se conhecer bem a actividade em que actua, introduzindo inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais e buscando traduzir seus pensamentos em acções. É tido como aquele que faz as coisas acontecerem, antecipa-se aos factos e apresenta uma visão futura da organização, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou, ainda, na maneira de fazer propaganda, agregando novos valores aos produtos ou serviços prestados, traduzir seus pensamentos em acções (SOUZA, 2005).

Segundo Souza (2005, p. 25) “*não há um conjunto de características correctas ou imprescindíveis que possa predizer se uma pessoa é ou não empreendedora*”, porém, pode-se verificar que pessoas empreendedoras apresentam algumas características similares.

McClelland (1972, apud LOPEZ, 2005) concentrou seus estudos na tentativa de identificar quais as características do comportamento empreendedor que são, frequentemente, apresentadas em indivíduos com elevado desempenho profissional e alto grau de realização.

Em seus estudos, ele identificou algumas das principais características e as agrupou em três dimensões: **Realização, Planeamento e Poder.**

Essas três dimensões, aliadas à **inovação** serão as características da atitude empreendedora utilizadas na elaboração deste trabalho. Sendo assim, é necessário analisar cada uma dessas características de modo a dar maior credibilidade à realização deste estudo.

### ***Realização***

O campo da realização compõe-se da busca de oportunidades e iniciativas, persistência, assumir riscos calculados, exigências de qualidade e eficiência, e comprometimento. (LOPEZ, 2005).

Essa dimensão está relacionada com a disposição do indivíduo na realização das tarefas, às novas formas encontradas de fazer as coisas - de forma mais rápida e com um menor custo, a busca de novos produtos e expansão dos negócios. Refere-se à preocupação, constante, com a alta qualidade e eficiência. Analisa os riscos envolvidos nos negócios, calculando os resultados esperados, buscando as melhores alternativas para alcançar os objectivos desejados. (LOPEZ, 2005).

### ***Planeamento***

A dimensão Planeamento engloba o estabelecimento de metas, a busca de informação, o planeamento e o monitoramento sistemático. (SOUZA, 2005).

Essa dimensão busca organizar e gerir os negócios, definindo objectivos e metas, buscando informações de clientes, concorrentes e fornecedores (LOPEZ, 2005, p.30).

Dessa forma, o conhecimento do indivíduo a cerca do empreendimento aumenta, contribuindo para que a empresa consiga se manter mais tempo no mercado.

## ***Poder***

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

A autoconfiança, a responsabilidade dos empreendedores diante dos riscos enfrentados no negócio e a autonomia nas decisões são características que auxiliam o empreendedor a mobilizar as pessoas em prol da conquista dos objectivos esperados.

## ***Inovação***

A dimensão Inovação está dividida em criatividade e inovação. Segundo Dornelas (2003), a inovação refere-se a mudanças, realizar tarefas de forma diferenciada, criando algo novo, transformando o meio ao seu redor.

De acordo com Drucker (2005) a inovação deve ser difundida na organização como sendo um factor importante à sobrevivência no mercado. Os integrantes da empresa devem se consciencializar da necessidade da inovação “tanto nas atitudes como nos processos” e da importância do planeamento da inovação nas organizações, esclarecendo etapas e objectivos específicos à concretização desse planeamento.

Para Cruz (2005, p.17), Inovação pode ser definida como mudanças empreendidas e adoptadas pelas empresas em busca de vantagens que lhes permitam obter maiores retornos económicos. Ressalta-se que o conceito aqui aplicado configura a inovação como a invenção aplicada em algo comercializável (produto ou serviço), ou seja, algo que permita o estabelecimento de demanda de produtos ou serviços que geram ou ampliam a acção de uma empresa. Tudo isto coloca o empreendedor como mola propulsora deste novo mercado, desta nova realidade.

Schumpeter (1997, apud DORNELAS, 2001, p. 37) refere-se ao empreendedor como sendo “aquele que destrói a ordem económica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos em materiais”. É aquele que ao detectar uma oportunidade, analisa os riscos envolvidos no

empreendimento e procura desenvolver um negócio lucrativo, buscando satisfazer seus anseios através do trabalho, tanto a nível individual quanto colectivo, inovando, e buscando novas oportunidades de negócios.

Ainda segundo estes autores, a figura do empreendedor é essencial para que as ideias configurem-se em inovações, pois é o empreendedor o responsável pelos riscos de um negócio através de suas acções e criatividade.

Buscando aprofundar os estudos sobre o tema empreendedorismo, propõe-se realizar um estudo de caso, onde o principal objectivo é analisar a atitude empreendedora de proprietários e gestores de 20 empresas de *catering* em Maputo, identificando quais as características da atitude empreendedora são observadas e como esses indivíduos percebem tais atitudes.

### **2.3 Empreendedorismo em Moçambique**

Em Moçambique, o empreendedorismo começou a ganhar força na década de 1990, durante a introdução da economia de mercado. A entrada de produtos importados ajudou a controlar os preços, uma condição importante para o país crescer, mas trouxe problemas para alguns sectores que não conseguiam competir com os importados, como foi o caso dos sectores de brinquedos e de confecções, por exemplo. Para ajustar o passo com o resto do mundo, o país precisou mudar. Empresas de todos os tamanhos e sectores tiveram que se modernizar para poder competir e crescer. O governo deu início a uma série de reformas, controlando a inflação e ajustando a economia, em poucos anos o País ganhou estabilidade.

A 28 de Julho de 2009, foi assinado um Acordo de Cooperação entre a FORMEDIA (Instituto Europeu de Empresários e Gestores) e o ISCIM (Instituto Superior de Comunicação e Imagem de Moçambique), onde foi criado o LÍDER - Centro Internacional de Liderança, Gestão e Empreendedorismo, cujo objectivo é formar líderes inovadores e empreendedores, que tenham uma visão e uma prática virada para o serviço às suas organizações e comunidades, apoiados no desenvolvimento sustentável. ([www.formedia.pt](http://www.formedia.pt))

Segundo Maria Carlos (2009), trinta anos depois da independência, as elites Moçambicanas têm de se concentrar na criação de riqueza através de uma classe empresarial sólida, diversificada,

activa e competente. Só deste modo garantirão o seu papel num grande país da África Austral dum modo global, ou seja, integrando as vertentes políticas, militar e económica.

Mas este trabalho é árduo, longo e persistente. Este caminho de afirmação empresarial não se compadece com acções pontuais de lucro fácil imediato que envolvem normalmente a alienação de património empresarial estruturante para o desenvolvimento. A constituição de grupos empresariais familiares Moçambicanos que possam ter um papel relevante nos processos de privatização de unidades produtivas em sectores estruturantes – energia, telecomunicações, cimentos, celuloses, siderurgia, transportes, construção civil e imobiliário – e que desenvolvam parcerias internacionais para o desenvolvimento de projectos na área dos serviços – financeiros, tecnologias de informação, media, turismo, etc. – É urgente e inadiável. Este processo que se inicia com as empresas familiares, é o modelo típico de desenvolvimento de uma classe empresarial autónoma que foi seguido pela maioria dos países em vias de desenvolvimento com resultados animadores.

Segundo a investigadora, em Moçambique o “ambiente” comercial não é mau, e apesar dos grandes desafios a enfrentar, como sejam, a luta contra a burocracia ou a reforma do sector da justiça, não existem dúvidas de que o investimento estrangeiro desempenhará um papel crucial na aceleração do processo de desenvolvimento empresarial e, neste âmbito, as empresas portuguesas poderão desempenhar um papel particular e muito relevante.

Mas os interesses de Moçambique só estarão salvaguardados com a aplicação de um quadro legal claro deste investimento estrangeiro e com uma distribuição equilibrada entre empresários nacionais e estrangeiros nos sectores fulcrais da economia. As alianças estratégicas entre grupos empresariais Moçambicanos e Portugueses poderão desempenhar um papel preponderante no desenvolvimento equilibrado das relações empresariais entre os dois países. Os próximos passos de alteração da especialização sectorial da economia Moçambicana, actualmente baseada nos recursos naturais, para uma presença mais significativa na indústria transformadora e nos serviços, serão fundamentais na criação dos pilares de consolidação dos grupos empresariais moçambicanos.

## 2.4 Micro e Pequenas Empresas em Moçambique

De acordo com o nº1 do artigo 84 do código Comercial de Moçambique, o Estatuto da micro e pequena empresa tem por objectivo facilitar a constituição e o funcionamento de unidades produtivas de pequeno porte

A Segunda sessão ordinária do conselho de Ministros aprovou o mecanismo de apoio às pequenas e médias empresas (PME's), que vai assegurar a transição rápida das empresas do sector informal para formal.

A **Micro empresa** é definida como sendo a empresa cujo número de trabalhadores e volume anual de negócios não excedem 04 trabalhadores e 1.200.000,00 Meticais respectivamente, não tendo mais de 25% de participações detidas por grande empresa ou pelo Estado.<sup>3</sup>

A **pequena empresa** é definida como sendo a empresa cujo número de trabalhadores varia de 5 a 49 e o volume anual de negócios é superior a 1.200.000,00 meticais e inferior a 14.700.000,00 Meticais, não tendo mais de 25% de participações detidas por grande empresa ou pelo Estado<sup>4</sup>.

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE), critério de classificação das empresas está baseado no número de trabalhadores assim é designada de **Pequena** toda empresa com menos de 10 trabalhadores, **Média** a empresa com um número de trabalhadores entre 11 a 50 e **Grande** a que tiver mais de 50 trabalhadores.

De acordo com Inroga (2010), o Instituto de Promoção de Pequenas e Médias Empresas vai assegurar todos os procedimentos de natureza legal e que tudo aquilo que é instrumentos de funcionamento de empresas formais esteja vincado nas micros e pequenas empresas.

Segundo Inroga (2010), a formação destas micros e pequenas empresas será através da Universidade Politécnica de Espanha, que está a se organizar e já apresentou ao Governo uma proposta tanto subsidiado ao nível de custos por parte do Estado para a formação dos membros da Associação dos Micro Importadores de Moçambique, Associação dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal e a Associação Mukero.

---

<sup>3</sup> Artigo 3, linha s) do capítulo 1 do Decreto 15/2010 de 24 de Maio.

<sup>4</sup> Artigo 3, linha t) do capítulo 1 do Decreto 15/2010 de 24 de Maio.

A inclusão da associação Mukero, segundo Inroga (2010) está relacionada com o papel que desempenhou durante a quadra festiva. A associação Mukero teve um papel determinante no fornecimento e disponibilização de produtos alimentares básicos na cidade de Maputo naqueles produtos em que o mercado podia ter situações de ruptura.

“Então constatamos que dão um contributo bastante para o crescimento. Porém, de alguma maneira, falta capacidade daqueles operadores daí a razão pela qual para além de virem a ter um apoio no sentido de melhoria dos seus procedimentos, achamos por bem ter a formação de gestão para que comecemos a criar empresários nacionais”, afirmou.

Entretanto, para além da oferta da *Politécnica* para a formação dos PME's igualmente o mecanismo vai contar com a intervenção da Universidade Eduardo Mondlane que tem estado a trabalhar com o governo em relação as questões relacionadas com o pão.

“Portanto, estamos a fazer uma estrutura de crescimento de economia de micro e pequena empresarial fazendo uma ligação entre as universidades o sector produtivo real, o sector Industrial e o Comercial”.

Com este mecanismo o governo pretende que o sector informal cresça de forma que se tenha unidades económicas formais que dê o seu contributo na base tributária nacional e também se transformem de micro ou empreendedor para pequenos empresários para que com o apoio transformem-se em grandes empresários.

Igualmente, Inroga (2010) disse que pretende-se com o mecanismo dotar as micro e pequenas empresas informais de capacidade técnica para suportar a média e grande indústria nacional para que no futuro possa suportar o abastecimento em matérias-primas a grande indústria nacional. “Isso vai fazer com que a média e grande indústria nacional não precise de importar matéria-prima e isso vai fazer com que haja oportunidade de emprego nas micro e médias empresas e isso implicará que a relação inter-sectorial na economia se estabeleça” finalizou.

As micro e pequenas empresas têm papel fundamental para alavancar o crescimento do País. Os pequenos negócios são de fundamental importância para fomentar o desenvolvimento.

### Capítulo III-**Metodologia de Pesquisa**

No intuito de alcançar o objectivo proposto que é identificar a atitude empreendedora do micro e pequeno empresário no ramo de prestação de serviços de *Catering*, e de dar subsídios para elaboração deste estudo, foi realizada uma pesquisa descritiva, com escala quantitativa.

Neste capítulo serão descritas: a população estudada, a amostra utilizada, o instrumento de medida aplicado, os procedimentos de colecta e a análise estatística dos dados.

A Pesquisa é considerada descritiva, porque observa, regista, analisa, classifica e interpreta as características de determinada população ou fenómeno, estabelecendo correlações entre variáveis e definindo sua natureza.

Quantitativa, pois utilizou-se do Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE, que permitiu traduzir com números a opinião dos entrevistados, podendo dessa forma, classificá-la e analisá-la.

Quanto aos objectivos, a pesquisa caracteriza-se como explicativa, pois visa identificar a percepção dos empresários sobre as atitudes empreendedoras, entendidas através de 4 dimensões: Planeamento, Realização, Poder e Inovação, realizadas em micro e pequenas empresas no ramo de prestação de serviços de *Catering* na cidade de Maputo.

#### **3.1 População e Amostra**

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foi considerada uma população composta por proprietários e gerentes de micro e pequenas empresas no ramo de prestação de serviços de *Catering*, com até 4 e de 50 funcionários respectivamente, localizadas na cidade de Maputo, num total de 20 empresas.

A amostra foi de 20 empresas, totalizando 30 empreendedores de micro e pequenas empresas. A amostra envolveu empresários seleccionados por conveniência, pois sua selecção ocorreu de acordo com a facilidade de contacto da pesquisadora com os voluntários.

Fizeram parte da amostra apenas 20 empresas, porque neste ramo de actividade ainda existem muitos micro-empresários informais, isto é, que não tem uma empresa formalmente constituída, trabalhando em casa com o auxílio de empregados domésticos e outros meios pessoais, como telefone para encomendas e viatura para entregas.

Foram colectadas informações relativas a sexo, idade, escolaridade, cargo ocupado na empresa, tempo de serviço e experiência como autónomo.

### **3.2 Instrumento de Recolha de Dados**

Para operacionalização da pesquisa foi utilizado um instrumento para colecta de dados desenvolvido por Souza e Lopez (2005) denominado Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora - IMAE, cujo objectivo é de analisar a atitude empreendedora.

Por meio deste instrumento (Anexo 1) pretende-se descrever e analisar as atitudes empreendedoras de proprietários e gestores de micro e pequenas empresas do ramo de prestação de serviços de *Catering*.

Este instrumento foi validado por seis juízes pesquisadores do tema e de temas correlatos, sendo quatro doutores e dois doutorandos. Inicialmente o instrumento era constituído por 54 questões que após a análise de validação foram reduzidos para 36. Para validar este instrumento foi utilizada uma amostra de 290 respondentes.

A análise factorial realizada apresentou um factor geral de variável relativo à atitude empreendedora (Alpha de Cronback = 0,93) e ofereceu uma segunda opção ao considerar a existência de dois factores: Prospecção e Inovação (consistência interna. = 0,89) e Gestão e Persistência (consistência interna. = 0,87).

Para ambas as análises factoriais apontadas (unifactorial e bidimensional) os resultados obtidos receberam índices estatisticamente confiáveis e válidos.

Optou-se pelo estudo unifactorial, pois o grau de validade deste factor mostrou-se superior ao dos demais factores apresentados, sendo assim, este estudo foi realizado a partir do conceito de Atitude Empreendedora e suas 4 dimensões.

Para o desenvolvimento do IMAE, os autores dividiram os 36 questões que compõem o questionário em quatro dimensões: Realização, Planeamento, Poder e Inovação. Sendo que, as dimensões Realização, Planeamento e Poder foram utilizadas neste instrumento por terem sido mencionadas na pesquisa “Treinamento Empresarial e Fortalecimento do Desempenho Empresarial da Management Systems International”, e a dimensão Inovação foi adoptada por ter sido citada em 95% dos trabalhos estudados pelo pesquisador Kornijeznk ao elaborar a matriz de características do comportamento empreendedor (LOPEZ, 2005, p.57).

Este questionário é constituído por uma série ordenada de questões, que deveriam ser julgados a partir de uma escala Likert<sup>5</sup> de 9 pontos, na qual 1 significa “nunca” e 10 “frequentemente”. A **Tabela 3.1** elucida a quantidade de questões abordados para cada dimensão deste instrumento.

**Tabela 3.1: Distribuição das Questões Segundo suas Dimensões. Fonte: Lopez, 2005.p.59**

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

### 3.3 Colecta e Análise de Dados

Os questionários foram entregues presencialmente aos voluntários, tendo sido frisado o objectivo da pesquisa e garantido ao respondente o sigilo quanto a sua identificação.

As respostas dos participantes foram registadas em uma base de dados electrónicos, denominado SPSS (Statistical Package for the Social Science), para que dessa forma pudessem ser analisadas.

<sup>5</sup> A **Escala Likert** é um tipo de escala de resposta psicométrica usada comumente em questionários, e é a escala mais usada em pesquisas de opinião. Ao responderem a um questionário baseado nesta escala, os perguntados especificam seu nível de concordância com uma afirmação. Esta escala tem seu nome devido à publicação de um relatório explicando seu uso por Rensis Likert. Likert, Rensis (1932), "A Technique for the Measurement of Attitudes", *Archives of Psychology* **140**: pp. 1-55

Na primeira etapa, foram realizadas análises descritivas e exploratórias para investigar a exactidão da entrada dos dados, distribuição dos casos omissos e o tamanho da amostra.

Em seguida, foram realizadas análises descritivas das variáveis utilizadas, a partir do cálculo das médias, desvio padrão e moda, a fim de identificar com que frequência proprietária e gerentes destas empresas apresentam atitudes empreendedoras.

## Capítulo IV – Apresentação e Discussão dos Resultados

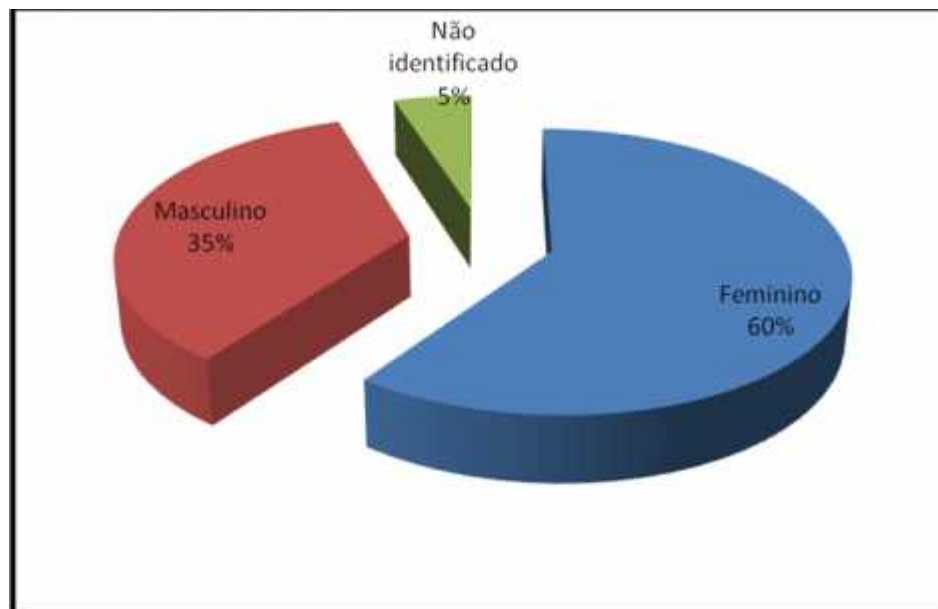
Neste capítulo são apresentados os resultados descritivos de cada variável do presente estudo, e a discussão do valor referente à média, desvio padrão e moda das respostas dos participantes.

A fim de facilitar a compreensão dos resultados, foram elaboradas figuras que ilustram a distribuição dos gestores por *sexo*, *nível de escolaridade* anos de *experiência* e *idade*.

Foram também elaboradas tabelas divididas segundo as 4 dimensões estudadas neste trabalho: *Realização*, *Planeamento*, *Poder* e *Inovação*.

### 4.1 Distribuição dos Gestores e Proprietários por Sexo

De acordo com o **gráfico 4.1** verifica-se que a maior parte dos entrevistados foi do sexo feminino (60%). Na amostra verificou-se também que 5% dos entrevistados não declararam o seu sexo.



**Gráfico 4.1: Distribuição dos Gestores e Proprietários por Sexo**

## 4.2 Análise do Nível de Escolaridade

A análise do nível de escolaridade dos empresários permitiu verificar que a maior parte dos entrevistados possuía num nível superior completo (cerca de 35%). Nesta questão verificou-se que um quarto dos entrevistados (25%) não declararam o seu nível académico.

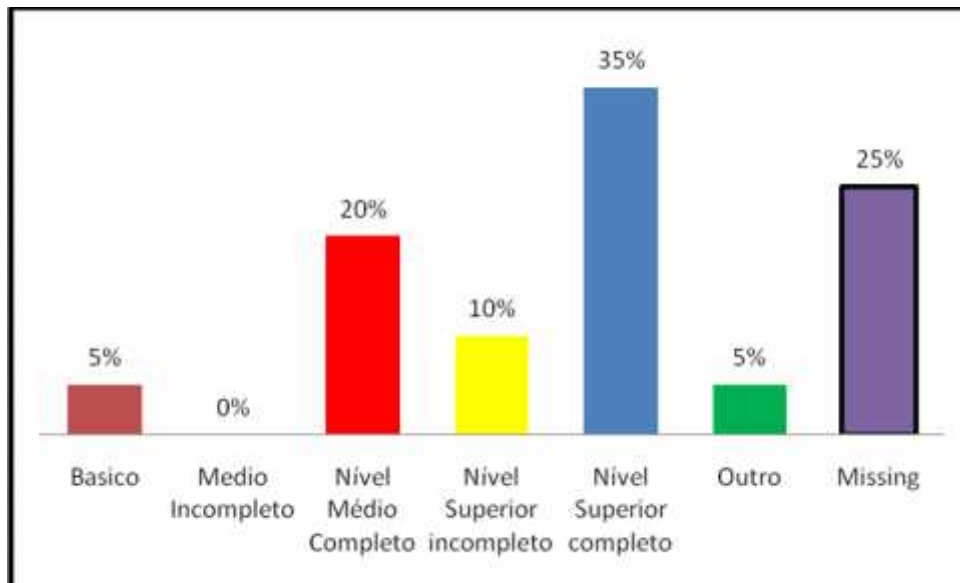


Gráfico 4.2: Nível de Escolaridade

## 4.3 Anos de Experiência e Nível de Escolaridade

Na **tabela 4.1**, podemos verificar a **Idade** média dos entrevistados esteve na faixa de 30 a 31 anos (Média = 30,53), o empreendedor mais jovem tinha 28 anos de idade e o mais velho tinha 39 anos. A maioria dos entrevistados tinha 28 anos de idade (Moda = 28). O que nos permite concluir que há mais jovens a apostar pela actividade empreendedora.

**Tabela 4.1: Anos de Experiência e Nível de Escolaridade**

	Respostas Válidas	Idade	Anos de Experiência
	Respostas inválidas	15	18
Média		30,53	3,39
Mediana		29	3
Moda		28	2
Desvio Padrão		3,357	1,539
Mínimo		28	1
Máximo		39	6

A **tabela 4.1**, apresenta também os resultados referentes aos anos de experiência na actividade como proprietário ou gestor, onde foi possível apurar uma Média de aproximadamente 3 anos de experiência, a experiência mais verificada na amostra foram de 2 anos. Assim, pode-se apurar através desta análise a existência de indivíduos com menor experiência neste sector de actividade.

#### **4.4 Análise da Dimensão Realização**

De acordo com a **tabela 4.2** a questão 27, denominada, *emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas*, destacou-se favoravelmente, pois apresentou a maior média (Média = 9,60), que significa maior concordância entre respondentes sobre tal atitude, e um dos menores desvios-padrão (DP = 0,5), um resultado bom, que implica dizer que as respostas dos entrevistados foram muito similares, não havendo grande dispersão entre elas (CV = 5%). A segunda questão que também foi bem classificada foi a 13, *Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos*, que teve uma média de (Média = 9,55) e um desvio-padrão (DP = 0,68). Por outro lado, o item 2, *exploro novas oportunidades de negócio* teve a menor média (Média = 7,65), maior desvio-padrão (DP = 2,18) e o maior coeficiente de variação da amostra (CV = 28%), do qual podendo-se concluir que houve grande dispersão das respostas.

**Tabela 4.2: Dimensão Realização**

#	Questões	Média	Desvio Padrão	Moda	CV (%)
2	Exploro novas oportunidades de negócio	7,65	2,18	7	28
4	Assumo riscos para expandir meu negócio.	8,20	1,85	10	23
8	Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados	9,55	0,76	10	8
13	Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos	9,55	0,68	10	7
17	Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.	9,20	1,28	10	14
18	Mantenho meus objectivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente	8,25	2,09	9	25
20	Renovo meus esforços para superar obstáculos	9,05	0,89	9	10
27	Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas	9,60	0,50	10	5
30	Assumo riscos com o intuito de superar a concorrência.	8,79	1,40	9	16
	<b>Resultados Gerais</b>	<b>8,87</b>	<b>1,54</b>	<b>10</b>	<b>17</b>

#### 4.5 Análise da Dimensão Planeamento

Ao analisar a **tabela 4.3**, planeamento, verifica-se que de um modo geral, as várias questões que compõe a dimensão **Planeamento**, foram avaliados de uma forma positiva com uma média geral de 8,00, que implica maior concordância entre os respondentes sobre o planeamento das actividades e apesar da existência de um Desvio Padrão de 1,71, pode-se dizer que a variabilidade dos dados é moderada o que significa que não houve grande variabilidade entre os dados.

Apesar das variáveis 29 e 16 possuírem maiores valores médios, média 9,30 e 9,00 respectivamente, as respostas destas variáveis não podem ser consideradas como bem classificadas visto que também possuem maiores desvios-padrão 1,59 e 2,05, deste modo, recorreu-se ao cálculo do coeficiente de variação (CV), onde foi possível apurar que as

variáveis com melhores classificações são, questão 19 (Média = 8,85 e DP=1,05) e questão 33 (Média = 8,85 e DP=1,05) respectivamente, estas variáveis possuem menor dispersão das respostas (CV = 12%), o que significa que as respostas dos indivíduos são mais similares. E as variáveis mais desfavoráveis são 5 (Média = 7,20, DP = 2,19, CV = 30%) e questão 3 (Média = 7,95, DP = 2,09, CV = 26%).

**Tabela 4.3: Dimensão Planeamento**

#	Questões	Média	Desvio Padrão	Moda	CV (%)
3	Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta	7,95	2,09	10	26
5	Defino Metas de longo prazo, claras e específicas.	7,20	2,19	7	30
6	Adopto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados.	8,50	1,61	10	19
9	Busco obter informações sobre possíveis clientes.	8,90	1,25	10	14
12	Faço projecções claras para o futuro de meu negócio.	8,40	1,31	9	16
15	Reviso continuamente objectivos de curto prazo.	8,35	1,87	8	22
16	Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes.	9	2,05	10	23
19	Consulto meus registos de controlo antes de tomar decisões.	8,85	1,04	10	12
22	Planeio as actividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.	8,65	1,98	9	23
29	Defino continuamente objectivos de curto prazo	9,30	1,59	9	17
32	Ajo antes de ser pressionado pelas circunstâncias.	8,45	1,09	9	13
33	Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço.	8,85	1,04	10	12
34	Cálculo os riscos antes de novos investimentos	8,65	2,11	10	24
	<b>Resultados Gerais</b>	<b>8,00</b>	<b>1,71</b>	<b>10</b>	<b>21</b>

#### 4.6 Análise da Dimensão Poder

De entre as questões analisadas neste item, **Poder**, as variáveis destacadas como favoráveis segundo o grau de importância, isto é, maiores médias, menores desvios-padrão e menores valores de coeficientes de variação (CV) são: (a) a questão 26, *confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio* (Média = 9,80, DP = 0,41 e CV = 4%), (b) a questão 36, *estímulo a participação dos funcionários na busca de um problema* (Média=9,75, DP = 0,44 e CV=5%), (c) a questão 25, *considero-me principal responsável pelo desempenho do meu negócio* (Média=9,65, DP=0,69 e CV=7%). As avaliações com resultados mais desfavoráveis 35, 7, 14 e 24, estas questões contêm valores médios razoáveis e maiores desvios-padrão.

Diante das demais respostas apresentadas no item **Poder** verifica-se que os indivíduos empreendedores apresentam bons resultados deste item. Com uma média geral de 9, DP=1, moda igual a 10 e CV=11%, todas as médias estão acima do valor 5 considerado ponto de equilíbrio e estão mais próximo de 10 valor considerado frequentemente, isto é, estes indivíduos diante dos seus papéis como empreendedores realizam quase com frequência as actividades sobre o poder de empreender.

**Tabela 4.4: Dimensão Poder**

#	Questões	Média	Desvio Padrão	Moda	CV (%)
7	Utilizo contactos pessoais para atingir meus objectivos	7,90	1,86	9	24
10	Confio na minha capacidade de superar desafios.	9,15	1,09	10	12
14	Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas.	8,65	1,75	9	20
24	Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio.	8,95	1,36	10	15
25	Considero-me principal responsável pelo desempenho do meu negócio.	9,65	0,69	10	7
26	Confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio	9,80	0,41	10	4
35	Estimulo o espírito de equipa entre meus funcionários	7,70	0,47	10	6
36	Estimulo a participação dos funcionários na busca pela solução de um problema	9,75	0,44	10	5
	<b>Resultados Gerais</b>	<b>9,00</b>	<b>1,00</b>	<b>10</b>	<b>11</b>

#### 4.7 Análise da Dimensão Inovação

Na **tabela 4.5, Inovação**, a questão 28, *desenvolvo ideias novas para a solução de problemas*, apresentou os melhores resultados, tendo a maior média (Média = 8,90), o menor desvio-padrão (DP = 0,56) e CV=6% o que significa maior conformidade em relação aos respondentes. Seguindo pela questão 21, *busco novas soluções para atender necessidade de cliente*, que tem 8,90 de média, um desvio-padrão (DP = 0,85) e CV=10%. E o item que demonstrou menor frequência foi 23, *Procuro criar novos serviços*, cujos valores obtidos foram (Média=7,75, DP

= 1,94 e CV=25%, nessa questão os valores apresentados demonstraram menor frequência de atitudes empreendedoras, porém, deve-se ressaltar, que os valores apresentados continuam sendo valores favoráveis.

**Tabela 4.5: Dimensão Inovação**

#	Questões	Média	Desvio Padrão	Moda	CV (%)
1	Implemento novas ideias com o objectivo de melhorar a qualidade do meu negócio	8,16	1,80	9	22
11	Busco novas maneiras de realizar tarefas.	8,65	1,34	9	15
21	Busco novas soluções para atender necessidade de clientes	8,90	0,85	9	10
23	Procuo criar novos serviços.	7,75	1,94	10	25
28	Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas	9,26	0,56	9	6
31	Crio novas rotinas, objectivando a melhoria do desempenho do meu negócio.	8,55	1,54	9	18
	<b>Resultados Gerais</b>	<b>8</b>	<b>1,68</b>	<b>9</b>	<b>21</b>

#### 4.8 Análise Resumo das Dimensões Realização, Planeamento, Poder e Inovação

Considera-se uma variável/questão bem classificada ou favorável quando possui uma **Maior Média** o que significa maior concordância entre respondentes e possui menor **Desvio Padrão** (DP) que implica dizer que as respostas dos entrevistados foram muito similares, não havendo grande dispersão entre elas. Isto significa que é necessário sempre haver uma combinação de maior **média** entre **menor desvio-padrão** para se concluir que a variável é bem classificada.

Quando as melhores médias não são acompanhadas por menores DP, tornava-se difícil apurar qual seria a melhor questão ou a bem classificada. Nesse caso avalia-se o Coeficiente de Variação (CV). Usando esta estatística uma variável/Item/questão será melhor do que a (s) outra

(s) quando tiver o menor CV, isto é, quanto menor for o valor do CV melhor será a classificação da variável.

De forma resumida, pode-se afirmar que das quatro dimensões analisadas, nota-se que na **Dimensão Poder** as variáveis foram melhor classificadas, visto que apresenta menor valor do CV.

As dimensões planeamento e inovação apresentaram um coeficiente de variação alto, o que significa que as variáveis analisadas tiveram uma classificação baixa o que significa que os inquiridos precisam melhorar os aspectos relacionados com a inovação e planeamento.

**Tabela 4.6: Tabela Resumo**

	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>	<b>Moda</b>	<b>CV (%)</b>
<b>Realização</b>	7.65	9.60	8.87	1.54	10	17
<b>Planeamento</b>	7.20	9.30	8.00	1.71	10	21
<b>Poder</b>	7.70	9.80	9.00	1,00	10	11
<b>Inovação</b>	7.75	9.26	8.00	1.68	9	21

## Capítulo V - **Conclusões e Recomendações**

Com o objectivo de identificar a atitude empreendedora do micro e pequeno empresário no ramo de prestação de serviços de *Catering*, pôde-se chegar a certas conclusões e ainda formular algumas recomendações.

### **5.1 Conclusões**

Pretendeu-se com este estudo, verificar quais as atitudes empreendedoras que aparecem com maior ou menor frequências nos gestores e proprietários de empresas que operam no ramo de *Catering*, para que seja possível identificar em quais dimensões o indivíduo apresenta maior deficiência, podendo desta forma buscar meios de desenvolver mecanismos capazes de melhorar o potencial empreendedor, capacitando-o e tornando-o um profissional mais qualificado, capaz de desenvolver sua empresa e mantê-la por muito tempo no mercado.

De um modo geral, a análise de dados permitiu concluir que há mais empreendedores jovens (28 anos) nos proprietários e gestores e que o género feminino esteve em maior destaque, o que significa que nos dias de hoje as mulheres estão inseridas no mercado de trabalho, tem oportunidades e iniciativa de criar empreendimentos sustentáveis.

O nível de escolaridade dos proprietários e gestores, é em maioria o nível superior e médio completo, o que significa que são pessoas mais preparadas e instruídas, capazes de identificar uma oportunidade e abrir um novo negócio.

Na dimensão Poder, a atitude do empreendedor é muito importante. O empreendedor assume um papel essencial, pois ele é capaz de influenciar sua equipe, estimulando a participação de seus funcionários na conclusão de trabalhos, e incentivando o espírito de equipa, através da motivação dos empregados e do apoio de uma rede de contactos influente, a probabilidade de obter resultados favoráveis em seu empreendimento é grande.

Com os resultados obtidos na **Dimensão Poder**, pode-se concluir que os proprietários e gestores abrangidos pelo estudo, tem auto-confiança no poder de empreender e de ultrapassar os problemas do dia a dia no seu negócio.

A dimensão **Realização** foi avaliada em segundo lugar. De acordo com os seus resultados, os indivíduos avaliados empregam esforços extras para conclusão de tarefas programadas e encontram nos obstáculos um desafio que ao ser solucionado gera grande satisfação, ou seja, o reconhecimento de seu esforço. Entretanto, os mesmos, não demonstram com tanta frequência atitudes relacionadas à assunção de riscos, seja para expandir seus negócios ou em prol da superação da concorrência. Percebe-se, assim, a necessidade de consciencializar o empreendedor sobre questões relacionadas aos riscos do negócio. Espera-se que o indivíduo seja capaz de avaliar e discutir alternativas, buscando informações capazes de auxiliá-lo na mensuração dos riscos, gerando vantagens competitivas, reduzindo os riscos, diminuindo, assim, as possibilidades de fracasso

As questões **inovação** e **Planeamento** tiveram más classificações. Para o caso do item inovação, a má classificação pode estar relacionada com a variável **autónoma**, onde verificou que muitos dos inquiridos não responderam esta questão.

Em relação a dimensão Planeamento, observou-se que o empreendedor busca informações sobre seu ramo de negócios e preocupa-se com a qualidade de seu serviço ou produto, porém, percebe-se que existem inúmeras questões relacionadas ao Planeamento que poderiam ser melhoradas.

O Planeamento é uma área muito importante dentro de uma empresa, se não houver um planeamento adequado, dificilmente essas empresas conseguirão manter-se por muito tempo no mercado, por isso é importante consciencializar o empreendedor da necessidade de dividir tarefas, de rever resultados, de mensurar riscos, definir metas de curto e longo prazo, buscar informações sobre clientes, divisão de tarefas e mensurar os riscos envolvidos no negócio.

Diante de um mercado de trabalho extremamente competitivo, e inconstante, sabe-se que não existe uma única maneira, ou a forma ideal de realizar um negócio lucrativo. Por isso, é importante que o empreendedor estude constantemente o seu ambiente de trabalho e acompanhando as modificações que ocorrem, para que desta forma, ele seja capaz de aproveitar da melhor forma possível, as oportunidades, as condições ambientais e sendo capaz de inovar. É

importante lembrar que uma empresa não é um projecto morto, é sim, um trabalho contínuo de mudanças constantes.

## **5.2           Recomendações**

Considerando os resultados obtidos neste trabalho, recomenda-se a melhoria nos aspectos relacionados com a capacidade de inovar e planear as actividades. Procurar criar novos serviços, implementar novas ideias com o objectivo de melhorar a qualidade do negócio, buscar novas maneiras de realizar tarefas, sempre que necessário, ser flexível no aspecto de poder mudar de estratégia para alcançar uma meta, calcular os riscos antes de novos investimentos.

Planear as actividades subdividindo tarefas de grande porte e em subtarefas e de forma contínua rever objectivos de curto prazo.

Qualquer indivíduo estará bem preparado para iniciar um novo negócio quando conhecer as tarefas necessárias para o seu crescimento, apresentar capacidade de gerir o negócio, visão empreendedora e domínio sobre a complexidade do negócio. Actualmente, observa-se que esses requisitos são muito importantes para a prosperidade dos negócios, visto que a concorrência é muito grande.

Recomenda-se ainda a elaboração de um estudo em outros segmentos produtivos, tais como bebidas, calçados, vestuário e farmacêutico, com o objectivo de identificar atitudes empreendedoras nos diversos ramos. Além disso, seria interessante ampliar essa pesquisa, a fim de verificar como elas se comportam em função do sexo, idade, escolaridade e tempo de serviço, identificando se existe alguma relação entre essas variáveis (sexo, idade, tempo de serviço e escolaridade) e as 4 dimensões da atitude empreendedora estudadas neste trabalho.

## Referências Bibliográficas

1. BRITTO, Francisco; Wever, Luiz. Empreendedores Brasileiros: Vivendo e Aprendendo com Grandes Nomes. Rio de Janeiro. 2ª Edição. Campus. 2003
2. CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.
3. CRUZ, R. Valores dos empreendedores e inovatividade em pequenas empresas de base tecnológica. Porto Alegre, 2005.
4. DORNELAS. J. C. A. Empreendedorismo Corporativo: Como ser empreendedor, Inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro. Editora Campus, 2003.
5. Drucker, P. Entrepreneurship in Business Enterprise, Journal of Business Policy, vol 1, 1970.
6. DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 2005.
7. FILION, Louis Jacques; Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios (1999)- Revista de Administração, São Paulo v.34, nº2.
8. FILION, Louis Jacques; O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: Empreendedorismo: ciência, técnica e arte. Brasília. CNI/IEL, 2000.
9. GERBER, Michael E., O mito do empreendedor: como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido. Saraiva, São Paulo, 1996.
10. GERBER, Michael E., Empreender fazendo a diferença. Fundamento Educacional, São Paulo 2004.
11. GIMENEZ, F. A. P; JUNIOR, E. I. ; SUNSIN, L. A. S. B. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. Brasília. ANPROTEC. 2000.
12. HEILBROBONER, R. A história do pensamento económico. Editora Nova Cultura Ltda. São Paulo. 1996. 6ª Edição
13. J. CAETANO M. N. O Voo do Camaleão, Scortecci Editora, 2006.
14. LEITE, Emanuel, O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas. Recife: Bagaço, 2000.
15. LEZANA, A. G.R. & TONELLI, A. Novos empreendedores nas escolas técnicas. Módulo 1 – O empreendedor. São Paulo: Instituto Uniemp, 1995.

16. LOPEZ JR., G. S. Atitude Empreendedora em Proprietários-Gerentes de Pequenas Empresas de varejo. Construção de um Instrumento de Medida. Dissertação (Mestrado em Administração) - faculdade de Administração, Universidade de Brasília, 2005.
17. SOUZA, E. C. L. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: Souza, Eda C. Lucas; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. (Org.). Empreendedorismo além do plano de negócio. 1 ed.-2.reimpr.- São Paulo: Atlas, 2006, p. 3-20.
18. RODRIGUES, J. R. O Empreendedor e o Franchising. São Paulo: Ed. Érica. 1998. 111 p.
19. [www.mic.gov.mz/docs/industria](http://www.mic.gov.mz/docs/industria)
20. [www.formedia.pt](http://www.formedia.pt)
21. [www.portugaldigital.com.br](http://www.portugaldigital.com.br)
22. [www.iese.ac.mz](http://www.iese.ac.mz)
23. Blogdojaypy.blogspot.com// empreendedorismo em Moçambique

## **Anexo 1: Questionário**

Prezado colaborador,

O presente questionário é parte integrante de uma pesquisa para obtenção do grau de Licenciatura da Universidade A Politécnica, cujo interesse é identificar a atitude empreendedora de proprietários e gerentes de empresas que prestam serviços de *Catering* na cidade de Maputo. O instrumento é composto por um questionário contendo 36 questões de fácil resposta, e com tempo de preenchimento de, aproximadamente 10 minutos.

Destacamos que todas as informações colectadas serão tratadas estatisticamente e em conjunto, o que torna impossível à identificação pessoal de qualquer respondente.

Dessa forma, solicitamos a gentileza de responder ao questionário, em anexo, seguindo as instruções contidas no mesmo.

Agradeço pela participação e apoio de todos.

Atenciosamente,

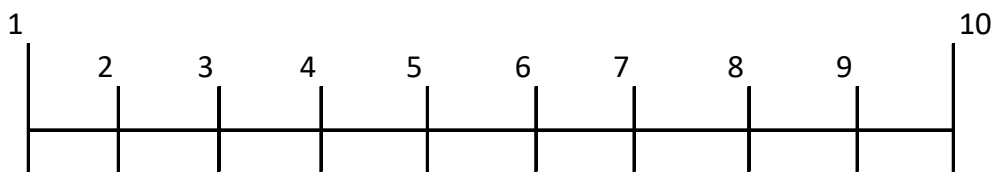
Mirza Lalgy

---

Graduação em Administração e Gestão de Empresas

Com o interesse em verificar a atitude empreendedora nos grupos estudados, solicita-se a colaboração de todos inquiridos em relação a este Questionário.

Responda cada item abaixo marcado em uma escala de 1 a 10, onde 1= nunca e 10 = frequentemente, assinale qualquer valor entre 1 e 10 que considere adequado para expressar sua atitude.



**Nunca**

**Frequentemente**

Questões		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Implemento novas ideias com o objectivo de melhorar a qualidade do meu negócio.										
2	Exploro novas oportunidades de negócio.										
3	Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta.										
4	Assumo riscos para expandir meu negócio.										
5	Defino Metas de longo prazo, claras e específicas.										
6	Adopto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados.										
7	Utilizo contactos pessoais para atingir meus objectivos.										
8	Responsabilizo-me pela Conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.										
9	Busco obter informações sobre possíveis clientes.										
10	Confio na minha capacidade de										

	superar desafios.													
11	Busco novas maneiras de realizar tarefas.													
12	Faço projecções claras para o futuro de meu negócio													
13	Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.													
14	Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas.													
15	Reviso continuamente objectivos de curto prazo.													
16	Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes.													
17	Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.													
18	Mantenho meus objectivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente.													
19	Consulto meus registos de controlo antes de tomar decisões.													
20	Renovo meus esforços para superar obstáculos.													
21	Busco novas soluções para atender necessidade de clientes.													
22	Planeio as actividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.													
23	Procuro criar novos serviços.													
24	Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio.													
25	Considero-me principal Responsável pelo desempenho do meu negócio.													
26	Confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio.													
27	Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas.													
28	Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas.													
29	Defino continuamente objectivos de curto prazo.													

