

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO COORDENAÇÃO DE
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO
EMPREENDEDOR CONFORME MCCLELLAND, NOS
GRADUANDOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA PUC -GOIÁS**

*CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR
ACCORDING TO MCCLELLAND, IN THE GRADUATES OF THE PUC
GOIÁS ADMINISTRATION COURSE*

LINHA DE PESQUISA: EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Lilian Pereira do Carmo¹
Nayra Karinne B de Menezes²
Denise Lucia Mateus G Nepomucen³
Lucia Aparecida de M Abrante⁴

RESUMO

O empreendedorismo e a educação empreendedora desempenham importante papel no desenvolvimento da inovação e da economia de um país. Buscando investigar e analisar as características dos estudantes formandos (7º e 8º períodos) dos cursos de Administração da PUC Goiás, a pesquisa identificou o perfil empreendedor dos estudantes e verificou que eles em seu dia a dia praticam as características empreendedoras. Trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória, indutiva, quantitativa, qualitativa, comparativa e descritiva, cujos dados foram coletados mediante aplicação de um questionário na plataforma *Google Forms*. Mediante as respostas obtidas com a aplicação do questionário, constatou-se que, entre os principais resultados, as características mais evidentes nos estudantes formandos são “Persistência”, “Comprometimento”, “Exigência de qualidade e eficiência”, “Busca de Informação” e “Persuasão e redes de contato”. Já as características menos presentes no perfil dos estudantes formandos são “Busca de oportunidades e iniciativa” e “Planejamento e monitoramento sistêmico”. Com base nos dados da pesquisa, principalmente aqueles referentes à intenção de empreender, ficou evidente que o tema empreendedorismo tem bastante relevância para os alunos do curso de Administração da Escola de Gestão e Negócios da PUC Goiás e isso instiga a reflexão quanto ao desenvolvimento da abordagem do tema pela Universidade.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Administração; Escola de Gestão e Negócios PUC Goiás, McClelland.

¹ lilianpdocarmo@gmail.com - Acadêmico do 8º período em 2020/2 do curso de Administração da PUC Goiás.

² nayrakarinnebernardes@gmail.com- Orientador - Professor efetivo do curso de Administração da PUC Goiás.

³ deniselmg@gmail.com - Membro da Banca Examinadora.

⁴ luciamabrantes@hotmail.com - Membro da Banca Examinadora.

ABSTRACT

Entrepreneurship and entrepreneurial education play an important role in the development of a country's innovation and economy. In an attempt to investigate and to analyze the characteristics of the students who had been trained (7th and 8th periods) in the Administrative courses of PUC Goiás, the research identified the entrepreneurial profile of the students and verified that they practiced the entrepreneurial characteristics in their day-to-day lives. This is a survey of an exploratory, inductive, quantitative, qualitative, comparative and descriptive nature, the data of which was collected by means of a questionnaire on the Google Forms platform. Replies obtained from the application of the questionnaire showed that among the main results, the most obvious characteristics of the graduated students were "Persistence", "Commitment", "Quality and Efficiency Requirements", "Information Search" and "Persuasion and contact networks". However, the characteristics least present in the profile of the students who have been trained are "Search for opportunities and initiative" and "Planning and Systemic Monitoring". On the basis of the research data, especially those referring to the intention to undertake it, it became clear that the theme entrepreneurship has a lot of relevance for the students of the Administrative Course of PUC Goiás's Business and Management School, and this encourages reflection as to the development of the approach of the theme by the University.

KEY WORDS: *Entrepreneurship; Administration; PUC Goiás Business and Management School.*

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil tem se mostrado cada vez mais presente em gerações mais jovens que buscam empreender. Conforme dados do GEM – Monitoramento de empreendedorismo global (2017), os jovens dos anos 2000 buscavam estabilidade e uma boa remuneração, sendo os concursos públicos uma boa opção para desviarem da competição do mercado de trabalho. Segundo o mesmo Relatório (2017), com o avanço da internet, em 2010 esse perfil começou a mudar devido à rapidez e ao maior número de informações aglomeradas, começando, assim, a chamar a atenção dos jovens para o empreendedorismo. Em 2015 o perfil dos jovens brasileiros mudou radicalmente e o empreendedorismo passou a ser maior e mais forte, e atualmente eles representam 30,5% dos empreendedores no País.

O empreendedorismo pode ser explicado como uma criação de valor por pessoas e organizações trabalhando juntas para implementar uma ideia por meio da aplicação da criatividade, capacidade de transformar e o desejo de assumir aquilo que comumente se chamaria de risco, Leite (2000).

Conforme Menezes (2003) o empreendedor é o indivíduo de iniciativa que promove o empreendimento a partir de um comportamento criativo e inovador, que sabe transformar contextos, estimular a colaboração, criar relacionamentos pessoais, gerar resultados, fazendo o que gosta de fazer, com entusiasmo, dedicação, autoconfiança, otimismo e necessidade de realização. Para explorar o empreendedorismo, é necessário desenvolver algumas características comportamentais que favorecem as habilidades necessárias para a profissão. Com base em McClelland (1972), tais características visam contribuir para que as características do empreendedor venham se tornar sociais e evidenciar a necessidade de uma

atitude empreendedora para atingir um desempenho esperado, sendo dessa forma definidas em seu estudo por Características Comportamentais do Empreendedor – CCEs.

McClelland (1972) segmentou estas características em três conjuntos: realização, planejamento e poder. E esses se subdividem em dez características, definidas pelo comportamento empreendedor frente aos desafios vivenciados em seu cotidiano. As dez CCEs são Busca de oportunidades e iniciativa; Correr riscos calculados, Exigência de qualidade e eficiência, Persistência, Comprometimento, Busca de informações, Estabelecimento de metas, Monitoramento e planejamentos sistemáticos, Persuasão e rede contatos, Independência e auto confiança.

Este estudo objetiva identificar as características comportamentais empreendedoras mais evidentes em acadêmicos de administração dos alunos formandos da graduação da Escola de Gestão e Negócios PUC- Goiás. Isso porque as trocas sociais oriundas desse ambiente influenciam diretamente o comportamento e o desempenho dos alunos tanto na forma de desenvolver o seu trabalho, como na forma de organizar suas ideias e buscar alternativas para resolver problemas. Para Minello (2010), é a partir do nível de habilidades que os alunos apresentam maior propensão de desenvolver características empreendedoras, podendo estas ser moldadas e estimuladas. Esses alunos atuarão em atividades empresárias que requerem certas competências, podendo as mesmas ser aprimoradas com o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor.

Em condições práticas, este estudo é importante, pois permitirá identificar as características empreendedoras dos alunos de Administração e analisar em que medida elas podem ser aproveitadas, tendo em consideração a relevância do desenvolvimento do comportamento empreendedor na economia e na sociedade. Além do mais, poderá auxiliar no desenvolvimento ou aperfeiçoamento de novas práticas e técnicas sobre a docência do empreendedorismo, identificando pontos fortes e fracos, tal como sugestões de melhorias para a adoção de medidas que impulsionem o comportamento empreendedor de alunos de graduação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo e empreendedor: história e definição

A teoria do empreendedorismo está ligada ao desenvolvimento do termo *entrepreneur* (termo francês que significa empreendedor em português) e Hisrich e Peters (2004, p. 26) afirmam que o termo origina-se na França e literalmente significa "aquele que está entre" ou "intermediário".

Dornelas (2016) acredita que Marco Polo ao assinar um contrato de venda de mercadorias com um homem capitalista adotou uma postura de empreendedor, pois assumiu papel ativo e correu todos os riscos físicos e emocionais. Para Hisrich e Peters (2004) a posição do capitalista era a de correr riscos passivamente já que na época era comum um contrato no qual o capitalista oferecia um empréstimo ao comerciante a uma taxa de 22,5% e, quando o comerciante concluísse a viagem, os lucros eram divididos, o comerciante aventureiro ficava com 25% e o restante (75%) ficava com o capitalista.

Já na idade média o termo "empreendedor" foi utilizado para descrever indivíduos que gerenciavam projetos de produção, passando a não mais correrem riscos uma vez que simplesmente administravam o projeto cujos recursos eram oferecidos pelo governo do país. Um exemplo era o clérigo, pessoa encarregada de obras públicas e arquitetônicas como catedrais, castelos e abadias (HISRICH E PETERS, 2004).

A relação entre assumir riscos e empreendedorismo ressurgiu no século XVII, com os acordos contratuais entre o empreendedor e o governo estabelecidos para a realização de

algum serviço ou fornecimento de produtos. Como o valor do contrato era fixo, tanto o lucro quanto prejuízo eram exclusivos do empreendedor (DORNELAS, 2016).

Houve no decorrer da história importantes autores que contribuíram para o entendimento do empreendedorismo, formulando conceitos e principalmente ligando a literatura econômica com o mundo dos negócios, foram eles Richard Cantillon (1725), Jean Baptiste Say (1803) e Joseph Schumpeter (1934) (HISRICH E PETERS, 2004).

Richard Cantillon, importante economista e escritor nos anos 1700, ao desenvolver as primeiras teorias a respeito do empreendedorismo é considerado por muitos pesquisadores como sendo o criador do termo “empreendedor” além de ser um dos primeiros a estabelecer a diferença entre empreendedor e o capitalista, atribuindo ao empreendedor aquele que assumia riscos e ao capitalista aquele que fornecia capital (HISRICH E PETERS, 2004).

Os estudos de Dornelas (2016) assinalam que no século XVIII houve a diferenciação entre a pessoa com capital (capitalista) da pessoa que precisava de capital (empreendedor), muito se deu em decorrência da industrialização que ocorria no mundo naquele período.

Jean Baptiste Say em 1800 buscou diferenciar o empreendedor das demais pessoas, contribuindo para que o termo “empreendedor” fosse largamente utilizado na abordagem empresarial. Say identificou que o empreendedor possuía a capacidade de remanejar os recursos econômicos de uma área com baixa produtividade para uma área na qual esses recursos tivessem maior rentabilidade (MENDES, 2015).

Ao final do século XIX e início do século XX, não se distinguia empreendedor de gerente, já que o empreendedor não necessitava inventar ou criar algo, e sim, fazer com que a empresa fosse competitiva, buscando alcançar ímpeto econômico. A diferenciação ficava apenas pela perspectiva econômica, identificando empreendedor como aquele que organiza e administra uma empresa, assumindo a possibilidade de lucro ou prejuízo com o objetivo final de lucro pessoal (HISRICH E PETERS, 2004).

No século XX se estabelece a noção de empreendedor como inovador, tendo como características a capacidade de criar, conceitualizar e entender todas as forças em funcionamento no ambiente. Muito dessa noção se deve aos estudos de Joseph Schumpeter, que atribui à função do empreendedor reformular ou revolucionar o padrão de produção por meio de um método tecnológico não experimentado com a finalidade de produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, propiciando uma nova maneira de obter suprimentos ou comercializar produtos, organizando um novo setor (HISRICH E PETERS, 2004).

Hisrich e Peters (2004, p. 27) definem empreendedorismo como sendo "o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequências recompensas da satisfação econômica e pessoal."

Dornelas (2016, p. 29) define empreendedorismo como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. Faz ainda a ressalva de que a criação de negócios de sucesso dependerá da perfeita implementação destas oportunidades. Dornelas (2016, p. 30) cita três características do processo empreendedor associadas à criação de novas empresas, “em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. Em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos, e decisões críticas, tomadas; é preciso ousadia e ânimo, apesar de falhas e erros”.

Para Robert C. Ronstadt (1984, p. 28), “o empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos

em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço.

Para Albert Shapero (1975, p. 187), na maioria das vezes, há um consenso em destacar três comportamentos: “tomar iniciativa; organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; aceitar o risco ou o fracasso.”

Com relação às descrições de empreendedor, Mendes (2015, p. 7) o define nestes termos: “é o indivíduo criativo capaz de transformar um simples obstáculo em oportunidade de negócio, por livre e espontânea vontade.”

Já Vesper, citando pontos de vistas diversos, o define assim:

[...] para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, tal pessoa é geralmente impulsionada por certas forças - a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar à autoridade de outros. Para alguns homens de negócios, um empreendedor aparece como uma ameaça, um concorrente agressivo, enquanto, para outros, o mesmo empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontra melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir. Vesper (1975, p.2)

Estabelecer e entender o lugar do empreendedor como profissão tanto no meio empresarial quanto no social levou um tempo, com mudanças de conceitos ao longo da história, atribuindo diferentes características e competências, estando inicialmente envolvido com questões operacionais, mais tarde de gerência e posteriormente econômicas para, atualmente, ser uma junção de todas, com ênfase em comportamentos criativos e inovadores.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

Para Dornelas (2016) a popularidade e o interesse pelo empreendedorismo no Brasil se deve a preocupação com a mortalidade de pequenas empresas, que historicamente superava a taxa de 50% nos anos iniciais de atividade, sendo estas empresas fundamentais para a economia brasileira já que representam a maior fatia das empresas existentes no país, dos estabelecimentos rurais e dos empregos com carteira assinada. Com isso, nos últimos anos a instabilidade econômica e a crise brasileira ocasionaram o aumento do índice de desemprego. E, como única alternativa à falta de emprego, muitas pessoas buscaram empreender, na economia informal, criando micro e pequenas empresas; contribuindo, conseqüentemente, para a busca e disseminação de informações sobre o tema empreendedorismo e também para a consolidação ainda maior do empreendedorismo no Brasil.

Para o contexto do empreendedorismo no Brasil em uma data mais atual e com dados, convém destacar o relatório GEM - Relatório Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil de 2017, que retrata as características dos empreendedores brasileiros e seus negócios.

Os resultados demonstram que em 2017 a taxa total de empreendedorismo foi de 36,4%, ou seja, a cada 100 brasileiros adultos (18 a 64 anos), 36 deles já empreendem e/ou realizaram alguma ação empreendedora para a criação de um empreendimento em um futuro próximo (Relatório Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil - IBQP, 2017).

Outro dado interessante é que houve uma redução no número de empreendedor nascente (aquele em que o empreendimento não o remunerou de alguma forma por mais de

três meses) e aumento no de empreendedor novo (aquele em que o empreendimento o remunerou de alguma forma no período entre três e 42 meses). A suposição é que a esperança dos brasileiros em conseguir um emprego formal foi maior do que considerar a atividade empreendedora como fonte de renda, dando sinais de recuperação da economia. Por outro lado, o aumento dos empreendedores novos indica que os empreendedores que eram nascentes em períodos anteriores mantiveram suas atividades, tornando-se novos, e aqueles que eram novos continuaram com seus empreendimentos ativos (IBQP, 2017).

Em 2017, 59,4% dos empreendedores iniciais (nascentes e novos) empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade. O resultado do empreendedorismo por necessidade ainda está muito acima daquele registrado em 2014 (29%) que foi o ano anterior à crise econômica brasileira (IBQP, 2017).

Ao verificar o empreendedorismo nas diferentes faixas etárias, observa-se que foram os jovens de 25 a 34 anos os mais ativos (30,5%) na criação de novos negócios e consolidação de empreendimentos em estágio inicial, e em segundo lugar ficaram com 20,3% os jovens de 18 a 24 anos. Outro dado com relação a faixa etária é que os brasileiros de 45 a 54 anos se destacam (25,9%) como empreendedores estabelecidos (IBQP, 2017).

O empreendedorismo no Brasil quanto ao nível de escolaridade destaca que o grupo mais ativo entre os empreendedores iniciais é o daqueles com ensino fundamental completo, 23,9%, enquanto o grupo daqueles que possuem diploma de nível superior é de 14,3%. O grupo dos que não possuem nem ensino fundamental completo se destaca quanto a empreendedores estabelecidos com 22,5%, chegando a quase 12 milhões de empreendedores. Com 17% em segundo lugar ficam os brasileiros com ensino superior completo representando aproximadamente dois milhões de empreendedores estabelecidos (IBQP, 2017).

O empreendedorismo tem a capacidade de geração de empregos. Quanto a isso se destaca forte ênfase do brasileiro no empreendedorismo de caráter individual, aquele que desenvolve atividade empreendedora com objetivo de auto ocupação, atendendo suas necessidades e de sua família, não gerando nenhum posto de trabalho no negócio que criou. Eles correspondem a 63,26% dos empreendedores iniciais e 68,4% dos empreendedores estabelecidos. Em contraponto, em 2017 os empreendedores iniciais empregaram formal ou informalmente mais de 8 milhões de pessoas, e os empreendedores estabelecidos aproximadamente 11 milhões (IBQP, 2017).

Os dados sobre o faturamento dos empreendedores brasileiros indicam que tanto os empreendedores iniciais quanto os estabelecidos estão em subsistência, pois metade fatura aproximadamente R\$ 12.000,000 por ano. Apenas 1% dos empreendedores iniciais e 3,2% dos estabelecidos faturam acima de R\$ 5000,00 mensal. Apesar de ser um percentual pequeno, em conjunto respondem por mais de 100 bilhões de reais de faturamento anual (IBQP, 2017).

Com relação aos fatores favoráveis para se empreender no Brasil em 2017, a maioria dos especialistas (65%) cita aspectos característicos da população brasileira, como capacidade de realização e superação de desafios, além da diversidade étnica e cultural que inspira e dá esperança a aqueles que decidem realizar uma atividade empreendedora (IBQP, 2017).

2.3 Empreendedorismo universitário

Segundo a pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, muitas universidades ao redor do mundo identificaram o poder e o papel da educação empreendedora no desenvolvimento da inovação e da economia dos países. *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*, renomada Universidade nos Estados Unidos da América, que entre 2014 e 2015 dentre as iniciativas, ofereceu 60 cursos relacionados a empreendedorismo contando também com um programa de aceleração para empreendedores e com cursos intensivos

visando a prática. Com esse incentivo em 2014 estavam ativas no mercado 30 mil empresas fundadas por ex-alunos do MIT, empregando 4,6 milhões de pessoas e com receitas anuais de 1,9 trilhões de dólares, que segundo o Banco Mundial foi um valor acima do PIB brasileiro de 2015 (EMPREENDEDORISMO NAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS - SEBRAE, 2016).

Percebendo essa tendência, a Endeavor (Não seria necessário identificar: o que é Endeavor?) realiza a pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, a de 2016 corresponde a quarta edição e foi realizada em parceria com o SEBRAE, contou com a participação de 2230 alunos e 680 professores de mais de 70 instituições de ensino superior de todas as regiões do Brasil. O objetivo da pesquisa é direcionar as estratégias de todas as lideranças que trabalham com o tema e compõe uma universidade para fomentar o empreendedorismo no ensino superior, estimulando os alunos a serem empreendedores e preparando melhor os professores e agentes universitários nesse sentido (SEBRAE, 2016).

Os resultados da pesquisa de 2016 revelam descompasso entre a percepção dos professores e dos alunos quanto às iniciativas de empreendedorismo dentro das universidades. Enquanto 65% dos professores estão satisfeitos, a média de satisfação entre alunos é de 36%. Isso demonstra que as universidades não estão atendendo às necessidades dos alunos quanto ao tema empreendedorismo (SEBRAE, 2016).

Com relação a instigar os alunos a empreender como opção de carreira, 54,4% das disciplinas de empreendedorismo contribuem com esse tema. Por outro lado, em média, apenas 6,2% das universidades possuem programas com viés inovador, como a criação e gestão de pequenos negócios, franquias, inovação e tecnologia. Com esses dados é possível verificar que a universidade cumpre o papel de motivar o aluno a empreender, mas deixa a desejar por não possuir uma estrutura que contribua para a jornada completa do empreendedor (SEBRAE, 2016).

Em média, há em cada universidade apenas um centro que cuida da produção e oferta de atividades relacionadas a empreendedorismo, sendo que 44% são as próprias escolas de negócio e administração, não possuindo uma visão total das necessidades da universidade. Mais preocupante é que cerca de 17,9% das universidades não possuem qualquer entidade interna que organize ações ligadas ao empreendedorismo (SEBRAE, 2016).

Em média, 56% dos alunos empreendedores exemplificam que disciplinas sobre empreendedorismo, incubadoras e eventos, são essenciais para prepará-los para empreender. O problema é que em média, apenas 38,78% das universidades oferecem essas oportunidades de aprendizado. Outro ponto levantado por 52,2% dos empreendedores universitários é da importância das universidades terem um programa de acesso a investidores, apenas 22,6% das universidades tem uma iniciativa nesse sentido. Para completar, 48,5% dos empreendedores universitários não conversam sobre seu negócio com professores ou outros profissionais da sua universidade (SEBRAE, 2016).

Um aspecto a ser levado em conta é a desconexão entre universidade e mercado, sendo isso algo desinteressante, pois aproximar os empreendedores universitários do ecossistema empreendedor das cidades e da comunidade em geral desenvolveria ações mais alinhadas com a demanda dos estudantes e do mercado. Baseado nisso, os dados revelam que 46% dos 9 professores que se consideram promotores do empreendedorismo em suas universidades nunca tiveram experiência como empreendedores, e 53,8% dos que tiveram prestam consultoria. Uma comparação interessante é que 6,3% dos professores se atualizam por meio de conversas com agentes ligados ao mercado, como por exemplo executivos e empreendedores, enquanto 48,5% dos alunos empreendedores conversam e acham que isso é útil (SEBRAE, 2016).

Segundo a pesquisa 21% dos universitários brasileiros pretendem empreender no futuro e outros 6% já são empreendedores, destes a maioria são microempreendedores, com

30% deles não tendo nenhum funcionário e 93% têm no máximo 10 empregados. A má notícia é que apenas 10% deles querem ter mais de vinte e cinco funcionários em cinco anos, ou seja, baixo impacto na geração de emprego. Além disso, há baixo interesse por inovação, já que apenas 4% deles consideram ter um produto ou serviço novo no mercado brasileiro. No caso dos futuros empreendedores, 75% deles não pretendem oferecer um produto ou serviço novo para o mercado nacional, e somente 1,4% tem o desejo de criar algo inovador no mundo (SEBRAE, 2016).

Outra pesquisa a respeito do empreendedorismo universitário que convém destacar é a pesquisa Perfil do Jovem Universitário com Intenção de Empreender realizada pela Federação das Indústrias do Estado de Goiás, FIEG Jovem, com a colaboração do SESI, SENAI e da Associação de Jovens Empreendedores e Empresários de Goiás (AJE Goiás) e executada pelo Instituto Euvaldo Lodi. Teve como objeto de estudo jovens universitários e como objetivo conhecer seu perfil e obter informações sobre o interesse deles em empreender.

Nesta pesquisa, foram entrevistados 377 universitários com idade entre 18 e 36 anos de 20 cursos que apresentam tendência ao desenvolvimento do empreendedorismo. A pesquisa foi realizada em 10 municípios goianos, sendo que o curso de Administração e o município de Goiânia predominaram quanto ao número de entrevistados devido à distribuição proporcional ao número de alunos matriculados, município e curso (PERFIL DO JOVEM UNIVERSITÁRIO COM INTENÇÃO DE EMPREENDER - IEL, 2011).

Os dados da pesquisa revelam que 81% dos universitários pretendem ter seu próprio negócio. Quanto ao perfil desses, 92% são solteiros, 64% são homens, 84% possuem entre 18 e 25 anos, 57% estão trabalhando e 66% cursam do 1º ao 5º período da graduação (IEL, 2011).

Os cursos com maior interesse em empreender foram Ciências Contábeis (88% dos graduandos), seguido pelos graduandos na área de tecnologia da informação (79%) e Administração (78%) (IEL, 2011).

Com relação ao grau de interesse em empreender, a média geral foi de 8 pontos de uma escala que ia de 1 (pequeno interesse) a 10 (grande interesse). As principais razões pelo desejo empreendedor foram importância em ser independentes (41%) e perspectiva de retorno financeiro (41%). O setor mais escolhido para montar o próprio negócio foi comércio (47%) seguido de serviço com 32% (IEL, 2011).

Somente 18% dos universitários pesquisados que se interessam em empreender possuem plano de negócios. Percentual pequeno também quanto à busca de apoio para abertura da empresa, que foi de apenas 12%, sendo que grande parte pretende concluir a graduação primeiro para depois buscar apoio (IEL, 2011).

A principal dificuldade encontrada pelo jovem universitário empreendedor para iniciar sua empresa é a falta de capital, e apenas 1% não visualiza nenhuma dificuldade. Contudo, a 10 opção de fonte de recurso para abertura da empresa que mais se destacou foi a própria com 40% e, em segundo ficou o financiamento por meio de instituições financeiras (26%) (IEL, 2011).

2.4 Características comportamentais empreendedoras

A abordagem comportamental do empreendedor surgiu, na década de 1950, com os estudos de McClelland (1958, 1961), o qual buscou, por meios quantitativos, isolar fatores psicológicos e culturais do empreendedor, apontando quão importantes são esses aspectos para o desenvolvimento econômico. Os resultados de seu primeiro estudo, na Índia, sugeriram que os participantes do treinamento tiveram aumentos relevantes em sua atividade empresarial em relação a seu nível anterior, quando comparados aos níveis alcançados pelo grupo de controle (McClelland, 1972). Dessa forma, identificou características diferentes em

empreendedores bem-sucedidos.

McClelland (1972) apontou três necessidades pelas quais as pessoas motivam-se: 1. de realização: é a mais destacada entre os empreendedores, pois os leva a agir segundo padrões de excelência, buscando fazer o melhor com grande desejo de êxito. São autoconfiantes, gostam de assumir responsabilidades individuais e de ver a realização de suas metas. Assumem riscos moderados, com base em planejamento e investigações que os minimizam, além de fazer coisas de maneira criativa e inovadora; 2. de poder: buscam fazer as coisas como e quando querem, capitaneando uma equipe ou um grupo em prol de um objetivo. Procuram influenciar, persuadir ou argumentar. Têm ação ativa na política de suas organizações e são capazes de equilibrar-se entre a expressão pessoal de domínio e o exercício da liderança socializada, revelando ora um aspecto, ora outro e; 3. de afiliação: ocorre quando se coloca o bem-estar do todo em detrimento do individual, de fazer algo em prol da comunidade sem desejar destacar-se. Preocupam-se mais com o indivíduo que com as tarefas e a produção. Desempenham melhor suas funções quando trabalham em cooperação.

A necessidade de realização é aquela em que o indivíduo tem de pôr à prova seus limites, de tentar realizar o melhor trabalho possível. Ela mensura as realizações pessoais. Indivíduos com elevada necessidade de realização são os que procuram mudanças em suas vidas, estabelecem metas e colocam-se em situações competitivas, além de estipularem para si metas que são realistas e realizáveis (McClelland, 1972).

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), no processo de sucesso empreendedor, existem outras variáveis envolvidas, mas uma coisa é fato: um indivíduo dificilmente chegará ao sucesso se não tiver características mínimas dos empreendedores vencedores. As características comportamentais empreendedoras (CCEs) mais citadas são: inovação, correr riscos calculados, necessidade de realização e autoconfiança.

As CCEs podem ser divididas em: 1. realização – os comportamentos impulsionam os sujeitos a procurarem atividades desafiantes, fazendo-os alterar as condições ambientais com base em seus objetivos pessoais; 2. planejamento – supõe conhecer os processos para conduzir a organização na direção correta, segundo o indivíduo, incluindo a capacidade de obter informações e avaliar uma oportunidade num ambiente contrário; 3. poder – potencial para elaborar as atividades como planejadas, a cooperação e a ação, em prol do atingimento dos objetivos traçados (Olivo, 2003). McClelland (1972) relata as principais características comportamentais que levantou em seus estudos, descritas no Quadro 1.

QUADRO 1 - Características Empreendedoras Comportamento Empreendedor

Categoria: Desejo de Realização	
Características	Comportamentos
Busca de oportunidades e iniciativa	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes de forçado pelas circunstâncias; age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; e aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio e obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
Correr riscos calculados	Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; e coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

Persistência	Age diante de um obstáculo significativo; age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
Exigência de qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato; age de modo a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; e desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
Comprometimento	Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos; colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; e esmera-se em manter os clientes satisfeitos e coloca, em primeiro lugar, a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo.
Categoria: Planejamento e Resoluções de Problemas	
Busca de informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
Estabelecimento de metas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo, claras e específicas; e estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais; e mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.
Categoria: Influência (Capacidade de se relacionar com pessoas)	
Persuasão e redes de contato	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; e age para desenvolver e manter relações comerciais.
Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; e expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Tais características podem ajudar os indivíduos a enfrentar os desafios de empreender (MCCLELLAND, 1985), assim como sua inexistência pode inviabilizar a formação de um negócio. Nesse sentido, ressalta-se que o ensino do empreendedorismo pode auxiliar a aprimorar tais características e habilidades de gestão, promovendo a aprendizagem empreendedora (ZAMPIER et al. 2014). Além disso diminuir os casos de insucessos empresariais, situação essa ratificada por Mizumoto et al. (2010), quando coloca que uma das principais razões para o insucesso empresarial é a falta de práticas de gestão, particularmente de planejamento e busca de informações.

Da mesma forma, o potencial empreendedor é algo latente, que precisa ser despertado, desenvolvido e aprimorado para que aconteça. Entende-se que tal potencial abarca traços ou características comportamentais similares às características das pessoas que alcançaram sucesso empresarial. Rauch e Frese (2007) acreditam que traços ou características da

personalidade possuem um papel decisivo no processo pelo qual um indivíduo opta por abraçar uma carreira empreendedora.

Diante disso, ao identificarem as características empreendedoras, despertam-se os alunos para ações que levam a comportamentos e atitudes empreendedoras. Santos (2013) amplia essa perspectiva ao afirmar que desenvolver metodologias que auxiliem indivíduos na identificação de características empreendedoras cria condições iniciais para intervenções que promovem o desenvolvimento do potencial empreendedor. Tal fato, por sua vez, pode estimular a criação de novos negócios.

3 METODOLOGIA

Objetivando analisar as Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs) mais evidentes em discentes do Curso Superior em Administração, da PUC- Goiás, apresenta-se, neste tópico, a estrutura metodológica a ser adotada na pesquisa. Para melhor compreensão, optou-se por apresentá-la em três partes: tipo de pesquisa; população e amostra; e coleta e análise dos dados.

3.1 Tipo de pesquisa

Para a realização deste estudo, foram adotados dois métodos científicos: o descritivo e o quantitativo. Este trabalho tem o enfoque descritivo quando busca descrever e/ou comparar características de grupos sociais, realidades, contextos ou instituições e estabelecer relações causais.

Conforme (MENDONÇA et al., 2003), “o método quantitativo é caracterizado pelo emprego da quantificação para garantir precisão nos resultados e evitar distorções de análise e interpretação.” Este estudo classifica-se em quantitativo, pois a pesquisa lida com elementos mensuráveis, com possibilidade de tratamento numérico e análise estatística, levantando dados da população pesquisada, (estudantes dos sétimo e oitavo períodos de 2020/2 do curso de Administração). Tendo a pesquisa de campo fundamentada em questionário – teste replicado, com base nas CCEs de McClelland.

Junta-se aos dois métodos acima a pesquisa bibliográfica, através da fundamentação teórica sobre o tema proposto, incluindo suas ferramentas analíticas, pesquisa documental do meio na organização, pesquisa de campo, por meio de questionário estruturado, além da observação por parte da pesquisadora.

3.2 População e amostra

Quanto à população e amostra do estudo, definiu-se a população sendo 257 alunos matriculados no sétimo e oitavo período do curso de Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, nos turnos matutino e noturno, respectivamente, tendo como amostra aleatória simples 101 discentes, escolhidos ao acaso a partir do processo de aplicação da pesquisa que garantiu que todos os indivíduos da população tivessem a mesma probabilidade de serem selecionados para o estudo. O critério de escolha da amostra por respondentes que estão cursando os dois últimos períodos da graduação foi o de analisar quais as competências predominantes na amostra.

3.3 Coleta e análise dos dados

A coleta de dados é a fase da pesquisa em que se entra em contato com as informações para registrar os dados que a definirão (BARQUETTE; CHAOUBAH, 2007). A coleta de dados se faz mediante a aplicação de questionários e posterior análise e discussão.

A coleta de dados constitui-se uma etapa importante do estudo, pois contribui para a definição do caminho da pesquisa. Toda análise realizada posteriormente será fundamentada nos dados coletados. Desta forma, criar-se-á um banco de dados de estudo a partir dos questionários aplicados aos participantes da pesquisa por meio do formulário eletrônico *Google Forms* via e-mail e *WhatsApp*. O instrumento de coleta de dados será o teste de auto avaliação das CCEs de McClelland, de modo a analisar as características empreendedoras dos acadêmicos da Puc-Goias.

O tratamento dos dados coletados será feito nas seguintes etapas: a) coleta dos dados da autoanálise quanto aos critérios; b) soma dos dados coletados e sua transferência para uma tabela específica, relativa a cada característica e c) transferência da soma dos dados para uma tabela resumitiva, e expressão em um gráfico de consolidação de dados.

Os questionários aplicados foram tratados estatisticamente por meio do programa *Excel* para favorecer a abordagem quantitativa. Ainda assim, para a análise dos dados, foram estabelecidos princípios fundamentados em McClelland (1972), os quais se constituíram com no mínimo duas fontes de evidências, a saber, dados de campo por meio do instrumento de coleta de dados definidos nesta pesquisa e observação direta.

Por fim, os dados tabulados foram apresentados em tabelas, com suas respectivas leituras, análises e interpretação para melhor esclarecimento e entendimento do assunto.

4 RESULTADOS

Os dados coletados na pesquisa, foram apresentados em tabelas, seguidas de análise e discussão.

Em relação a primeira categoria analisada “**busca de oportunidade e iniciativa**”, foi possível perceber que os discentes, na maioria das vezes, praticam os seguintes comportamentos: fazer as coisas antes de ser solicitado ou antes de ser forçado pelas circunstâncias com 46,3%; desenvolver novas ideias e projetos além das atuais soluções ou propostas estabelecidas com 36,6%; e aproveitam as oportunidades fora do comum para iniciar um novo projeto ou atividade, estabelecer parcerias, ampliar aprendizados possui o percentual de 41,46%, conforme demonstrado na tabela 01.

Porém, uma vez que o objetivo da pesquisa é trabalhar com os maiores indicadores, pode-se afirmar, segundo McClelland (1972), que os discentes objetos deste trabalho têm em sua maioria o comportamento empreendedor quanto à busca de oportunidade e iniciativa. Para esse autor, a busca oportunidade e iniciativa tem a ver com a) fazer as coisas antes do solicitado, b) aproveitar as oportunidades e c) expandir ideias e negócios. Logo pode-se afirmar que esses discentes assumirão esses comportamentos.

Tabela 01: busca de oportunidades e iniciativa

CONJUNTO DE REALIZAÇÃO					
Busca de oportunidades e iniciativa	Nunca prático este comportamento	Raramente prático este comportamento	Algumas vezes prático este comportamento	Na maioria das vezes prático este comportamento	Sempre prático este comportamento

01 Faço as coisas antes de ser solicitado ou antes de ser forçado pelas circunstâncias.	4,9%	0%	22%	46,3%	26,8%
11 Desenvolvo novas ideias e projetos além das atuais soluções ou propostas estabelecidas.	0%	7,3%	39%	36,6%	17,1%
21 Aproveito oportunidades fora do comum para iniciar um novo projeto ou atividade, estabelecer parcerias, ampliar aprendizados.	0%	9,8%	34,1%	41,5%	14,6%

Fonte: dados de campo, 2020

Todavia os discentes podem aprimorar e desenvolver a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços. Trabalhando bem essas características, os discentes vão ser mais proativos, antecipando-se às situações. Além de buscar a possibilidade de expandir seus negócios futuros.

Em relação a característica **persistência** e analisando os dados tabela a seguir, percebe-se que grande parte dos discentes têm essa característica empreendedora, a qual está relacionada à ação e superação diante de obstáculos, sacrifícios pessoais e esforço para concluir suas tarefas. O comportamento que trata a busca de soluções diante de um obstáculo significativo é a que tem a maior porcentagem, totalizando 51,2% dos respondentes. É seguida pelo comportamento, de agir repetidamente ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo com 48,8%. O comportamento de fazer um sacrifício pessoal ou um esforço extraordinário para completar uma tarefa tem o percentual de 39%. Para McClelland (1972), essa característica significa agir diante de um desafio significativo repetidamente, tomando todas as ações necessárias para que o objetivo definido seja alcançado.

Tabela 02: persistência

Persistência	CONJUNTO DE REALIZAÇÃO				
	<i>Nunca</i> prático este comportamento	<i>Raramente</i> prático este comportamento	<i>Algumas vezes</i> prático este comportamento	Na <i>maioria das vezes</i> prático este comportamento	<i>Sempre</i> prático este comportamento
10 Busco soluções diante de um obstáculo significativo.	0%	0%	12,2%	36,6%	51,2%
20 Ajo repetidamente ou mudo para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.	4,9%	0%	29,3%	48,8%	17,1%
22 Faço um sacrifício pessoal ou um esforço extraordinário para completar uma tarefa.	0%	4,9%	19,5%	36,6%	39%

Fonte: dados de campo, 2020

Nesse sentido, isso pode sugerir que os estudantes de Administração agem com o objetivo de superar um obstáculo significativo, o que demonstra ser um fator calmante visto que o mundo dos negócios, ambiente em que irão se inserir os futuros administradores, é caracterizado como hostil e repleto de desafios tanto organizacionais quanto pessoais.

No que diz respeito a característica **comprometimento** pode-se observar grande representatividade da mesma, pois 41,5% dos discentes assumem responsabilidade pessoal por solucionar problemas que possam prejudicar a conclusão de um trabalho nas condições estipuladas; 51,2% colaboram com a equipe de trabalho ou se colocam no lugar deles, se necessário, para terminar uma atividade ou tarefa e 46,3% na maioria das vezes praticam o comportamento de esforço para atender ou superar as expectativas das pessoas que demandam tarefas e atividades diversas. Segundo McClelland (1972), essa característica está relacionada a assumir responsabilidades sempre pensando em não prejudicar a conclusão do trabalho, colaborar no ambiente em que está para tudo fluir e concluir com êxito a atividade.

Tabela 03: comprometimento

Comprometimento	CONJUNTO DE REALIZAÇÃO				
	<i>Nunca</i> prático este comportamento	<i>Raramente</i> prático este comportamento	<i>Algumas vezes</i> prático este comportamento	Na <i>maioria das vezes</i> prático este comportamento	<i>Sempre</i> prático este comportamento
09 Assumo responsabilidade pessoal por solucionar problemas que possam prejudicar a conclusão de um trabalho nas condições estipuladas.	0%	0%	31,7%	26,8%	41,5%
19 Colaboro com a equipe de trabalho ou me coloco no lugar deles, se necessário, para terminar uma atividade ou tarefa.	0%	0%	12,2%	36,6%	51,2%
23 Esforço-me para atender ou superar as expectativas das pessoas que me demandam tarefas e atividades diversas.	0%	0%	14,6%	46,3%	39%

Fonte: dados de campo, 2020

Os discentes deixam claro que fazem sacrifícios pessoais ou despendem um esforço extraordinário para completar uma tarefa, bem como colaboram com o próximo ou se colocam no lugar dele, se necessário, para terminar um trabalho. Nesse sentido, os dados dos alunos que evidenciaram essa característica indicam que eles assumem responsabilidades e exercem suas atividades com dedicação e entendem que o comprometimento é o valor humano do empreendedor.

Quanto a **exigência de qualidade e eficiência** são apresentados na tabela 04, vê-se que essa característica tem um alto nível de rendimento. O comportamento de encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mas rápida ou mais barata, tem 63,4% dos correspondentes, que sempre praticam esse comportamento. O comportamento em que os discentes fazem as coisas de maneira que satisfaçam ou excedam padrões de excelência tem 39% que na maioria das vezes praticam esse comportamento. Com relação em assegurar que o trabalho seja terminado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade, 46,4% dos discentes sempre praticam o comportamento. Para McClelland (1972), essa característica é tomar a

decisão de fazer sempre e melhor, buscando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade.

Tabela 04: **Exigência de qualidade e eficiência**

Exigência de qualidade e eficiência	CONJUNTO DE REALIZAÇÃO				
	Nunca prático este comportamento	Raramente prático este comportamento	Algumas vezes prático este comportamento	Na maioria das vezes prático este comportamento	Sempre prático este comportamento
08 Encontro maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mas rápida ou mais barata.	0%	2,4%	12,2%	22%	63,4%
18 Faço as coisas de maneira que satisfaçam ou excedam padrões de excelência.	0%	0%	24,4%	39%	36,6%
24 Asseguro que o trabalho seja terminado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade previamente combinados.	0%	0%	14,6%	39%	46,4%

Fonte: dados de campo, 2020

Na tabela acima, também é possível observar que na categoria “nunca pratico esse comportamento”, obteve 0% dos respondentes. Isso demonstra que os discentes encontram maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápido ou mais barato, agem de maneira a fazer coisas que satisfaçam ou excedam padrões de excelência e desenvolvem ou utilizam procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que atenda a padrões de qualidade previamente combinados.

Com relação a característica empreendedora **correr riscos calculados**, possível perceber na tabela 05, que 46,4% dos discentes sempre ao tomar decisões, avaliam alternativas e analisam os riscos envolvidos, 46,4% dos discentes na maioria das vezes analisam informações e tomam decisões para reduzir riscos ou controlar resultados e 48,8% praticam na maioria das vezes o comportamento em que se colocam em situações que implicam desafios ou riscos moderados. Para McClelland (1972), essa característica está relacionada à avaliação de alternativas, tentativa de controlar os resultados e desafios, buscando agir probabilisticamente, correndo riscos calculados.

Tabela 05: **Correr riscos calculados**

Correr riscos calculados	CONJUNTO DE REALIZAÇÃO				
	Nunca prático este comportamento	Raramente prático este comportamento	Algumas vezes prático este comportamento	Na maioria das vezes prático este comportamento	Sempre prático este comportamento
07 Ao tomar decisões, avalio alternativas e analiso os riscos envolvidos.	0%	2,4%	12,2%	39%	46,4%
17 Analiso informações e tomo decisões para reduzir riscos ou controlar resultados.	0%	0%	26,8%	46,4%	26,8%
25 Coloco-me em situações que implicam desafios ou riscos moderados	2,4%	4,9%	29,3%	48,8%	14,6%

Fonte: dados de campo, 2020

Os discentes mostraram que podem se enquadrar ainda mais nesse comportamento empreendedor, mas ainda é possível observar que nem todos eles estão preparados para correr risco mesmo que calculados.

Em relação a característica **estabelecimento de metas** apresentado na tabela 06, percebe-se que os discentes, na maioria das vezes, praticam os comportamentos. O comportamento relacionado a estabelecimento de metas, objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal perfaz o percentual de 56% dos correspondentes; a respeito do comportamento em que os discentes possuem visão de longo prazo do que esperam alcançar, de forma clara e específica tem o percentual de 48,8%, e sobre estabelecer objetivos de curto prazo mensuráveis o percentual é de 41,5%. Segundo McClelland (1972), esta característica

envolve certas atitudes do empreendedor, tais como estabelecer metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; definir metas de longo prazo, claras e específicas; e estabelecer objetivos de curto prazo mensuráveis.

Tabela 06: **Estabelecimento de Metas**

CONJUNTO DE PLANEJAMENTO					
Estabelecimento de Metas	<i>Nunca</i> prático este comportamento	<i>Raramente</i> prático este comportamento	<i>Algumas vezes</i> prático este comportamento	Na <i>maioria das vezes</i> prático este comportamento	<i>Sempre</i> prático este comportamento
06 Estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal.	0%	4,9%	9,8%	56%	29,3%
16 Tenho visão de longo prazo do que espero alcançar, de forma clara e específica.	0%	4,9%	26,8%	48,8%	19,5%
26 Estabeleço objetivos de curto prazo mensuráveis.	0%	7,3%	31,7%	41,5%	19,5%

Fonte: dados de campo, 2020

Essa característica deveria estar mais forte nos discentes, uma vez que estabelecer metas é o motor do empreendedor e é uma das características mais importantes.

Para a CCE, **busca de informação** na tabela 07 os dados mostram que 41,5% dos discentes sempre praticam o comportamento de dedicar-se pessoalmente a obter informações necessárias para o desenvolvimento de suas atividades; 43,9% na maioria das vezes praticam o comportamento de pesquisar como realizar determinada atividade ou projeto, antes de sua execução; no comportamento relacionado a consultar especialistas de um determinado assunto para esclarecimentos de dúvidas e busca de apoio na realização de uma tarefa ou atividade, pode-se observar houve empate de 26,8% entre classificações em que “algumas vezes praticam esse comportamento” e “sempre praticam esse comportamento”.

A informação é uma ferramenta muito utilizada para sobressair-se no mercado. Para McClelland, o empreendedor dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes,

fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou proporcionar um serviço; e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial (SEBRAE, 1990).

Tabela 07: Busca de informação

CONJUNTO DE PLANEJAMENTO					
Busca de informação	<i>Nunca</i> prático este comportamento	<i>Raramente</i> prático este comportamento	<i>Algumas vezes</i> prático este comportamento	Na <i>maioria das vezes</i> prático este comportamento	<i>Sempre</i> prático este comportamento
05 Dedico-me pessoalmente a obter informações necessárias para o desenvolvimento de minhas atividades.	0%	0%	22%	36,5%	41,5%
15 Pesquisa como realizar determinada atividade ou projeto, antes de sua execução.	0%	2,4%	19,5%	43,9%	34,2%
27 Consulto especialistas de um determinado assunto para esclarecimentos de dúvidas e busca de apoio na realização de uma tarefa ou atividade.	4,9%	19,5%	26,8%	22%	26,8%

Fonte: dados de campo, 2020

Os acadêmicos que querem se tornar empreendedores de sucesso são pessoas curiosas, perguntam tudo a todos: clientes, concorrentes, fornecedores. Estão sempre interagindo com o mercado. Busca de informações é a pedra angular, é a base de toda atividade exitosa.

A característica comportamental empreendedora **planejamento e monitoramento sistemático** representada na tabela 08, mostra que 34,1% dos discentes algumas vezes se planejam dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; 56,1% na maioria das vezes revisa constantemente seus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças que possam ter ocorrido e 39,1% dos discentes que na maioria das vezes mantém seus registros de ganhos e gastos para serem utilizados em tomadas de decisões sobre compras ou investimentos.

Para McClelland (1972), a característica de planejamento e monitoramento sistemático tem como função, planejar dividindo tarefas grandes em subtarefas com prazos definidos, revisar os planos frente aos resultados obtidos, usar registros financeiros para tomada de decisões; considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais.

Tabela 08: **Planejamento e monitoramento sistemático**

CONJUNTO DE PLANEJAMENTO					
Planejamento e monitoramento sistemático	<i>Nunca</i> prático este comportamento	<i>Raramente</i> prático este comportamento	<i>Algumas vezes</i> prático este comportamento	<i>Na maioria das vezes</i> prático este comportamento	<i>Sempre</i> prático este comportamento
04 Planejo dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.	2,4%	2,4%	34,1%	31,8%	29,3%
14 Constantemente reviso meus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças que possam ter ocorrido.	0%	2,4%	29,3%	56,1%	12,2%
28 Mantenho registros dos meus ganhos e gastos e utilizo-os para tomar decisões sobre compras ou investimento.	0%	2,4%	26,8%	39,1%	31,7%

Fonte: dados de campo, 2020

O planejamento é o mapa do empreendedor, é a bússola valiosa, contudo, difícil de ser executado por ser uma função conservadora, que exige pensamento e concentração. Pode-se

observar nessa tabela que na maioria das vezes os entrevistados gostam de fazer, de realizar, de estar na linha de frente.

Quanto a característica **persuasão e rede de contatos** apresentada na tabela 09, percebe-se que na maioria das vezes os discentes formulam estratégias para influenciar ou persuadir outras pessoas, totalizando 46,3%; em relação aos discentes que sempre utilizam suas redes de contatos como estratégias para atingir seus objetivos, o percentual é de 39%; o comportamento relacionado aos discentes terem uma boa relação com as pessoas com vista em manter e ampliar a suas redes de contatos, o percentual passa a ser de 46,3%.

Com tal característica o empreendedor utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos e age para desenvolver e manter relações comerciais, segundo McClelland (1972). Além disso, possuem a capacidade de identificar em outras pessoas pontos para multiplicar sua base, para agir a fim de desenvolver *networking* genuínos e duradouros.

Tabela 09: **Persuasão e rede de contatos**

Persuasão e rede de contatos	CONJUNTO DE PODER				
	Nunca prático este comportamento	Raramente prático este comportamento	Algumas vezes prático este comportamento	Na maioria das vezes prático este comportamento	Sempre prático este comportamento
03 Formulo estratégias para influenciar ou persuadir outras pessoas.	4,9%	7,3%	19,5%	46,3%	22%
13 Utilizo minha rede de contatos como estratégias para atingir meus objetivos.	4,9%	0%	19,5%	36,6%	39%
29 Tenho boas relações com as pessoas com vistas a manter e ampliar minha rede de contatos.	0%	7,3%	22%	24,4%	46,3%

Fonte: dados de campo, 2020

Pode-se observar que os alunos entendem o quanto a característica persuasão e rede de contatos é importante para o Empreendedor, pois para qualquer empreendimento é necessário fornecedor, clientes, concorrentes, pois esta rede de contatos facilita o sucesso de uma atividade.

Analisando a característica **independência e autoconfiança** apresentada na tabela 10, nota-se que os acadêmicos, na maioria das vezes, realizam os comportamentos da

característica de independência e auto confiança nas seguintes percentualidades: 41,5% dos entrevistados buscam autonomia em relação às regras e normas preestabelecidas por outras pessoas; 56,1% mantem seu ponto de vista mesmo diante de oposição ou de resultados inicialmente desanimadores e 48,8% expressam confiança em sua própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Conforme McClelland (SEBRAE, 1990), a característica de independência e confiança tem entre seus componentes: a) a busca por autonomia em relação a normas, b) os processos sistêmicos e procedimentos, c) a manutenção dos pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores.

Tabela 10: **Independência e autoconfiança**

Independência e autoconfiança	CONJUNTO DE PODER				
	<i>Nunca</i> prático este comportamento	<i>Raramente</i> prático este comportamento	<i>Algumas vezes</i> prático este comportamento	Na <i>maioria das vezes</i> prático este comportamento	<i>Sempre</i> prático este comportamento
02 Busco autonomia em relação às regras e normas preestabelecidas por outras pessoas.	0%	4,9%	26,8%	41,5%	26,8%
12 Mantenho meu ponto de vista mesmo diante de oposição ou de resultados inicialmente desanimadores.	0%	4,9%	24,4%	56,1%	14,6%
30 Expresso confiança na minha própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.	7,3%	0%	12,2%	48,8%	31,7%

Fonte: dados de campo, 2020

Na tabela acima observa-se que os alunos são otimistas, quando as coisas não dão certo, conseguem manter a confiança, ir sempre em frente por acreditar na própria capacidade de realizar aquilo a que se propõem.

Com a finalidade de analisar os dados consolidados, notou-se que as CCEs “Persistência” (14), “Comprometimento” (14), “Exigência de qualidade e eficiência” (14), “Busca de Informação” (14) e “Persuasão e redes de contato” (14), apresentaram o maior valor diante das outras características. Esses resultados indicam que os alunos pesquisados dão maior importância aos seguintes comportamentos: a) enfrentar os obstáculos de forma decisiva; b) buscar o sucesso a todo custo, mantendo ou mudando as estratégias de acordo com as situações; c) definir metas de longo prazo; d) ter um alto nível de exigência de qualidade e eficiência; e) estarem sempre dispostos a buscar mais conhecimento e informação para o desenvolvimento de suas atividades; f) estarem inclinados a influenciar ou persuadir pessoas.

Com base na análise proposta abaixo, ambas CCE’s apresentam médias (Gráfico 01) consideradas altas. Todavia verifica-se que as características “Busca de oportunidades e iniciativa” (11) e “Planejamento e monitoramento sistêmico” (11) obtiveram a menor média. Segundo McClelland (MSI, 1990), a característica busca de oportunidades e iniciativa envolve certas atitudes do empreendedor, como fazer as coisas antes do solicitado, atuar para expandir seu conhecimento e aproveitar oportunidades fora do comum para iniciar um projeto inovador (SEBRAE, 2011). Já a característica planejamento e monitoramento sistêmico que obteve a mesma pontuação, de acordo com McClelland (MSI, 1990), implica em, planejar dividindo tarefas grandes em subtarefas com prazos definidos, revisar os planos frente aos resultados obtidos, usar registros financeiros para tomada de decisões; considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais.

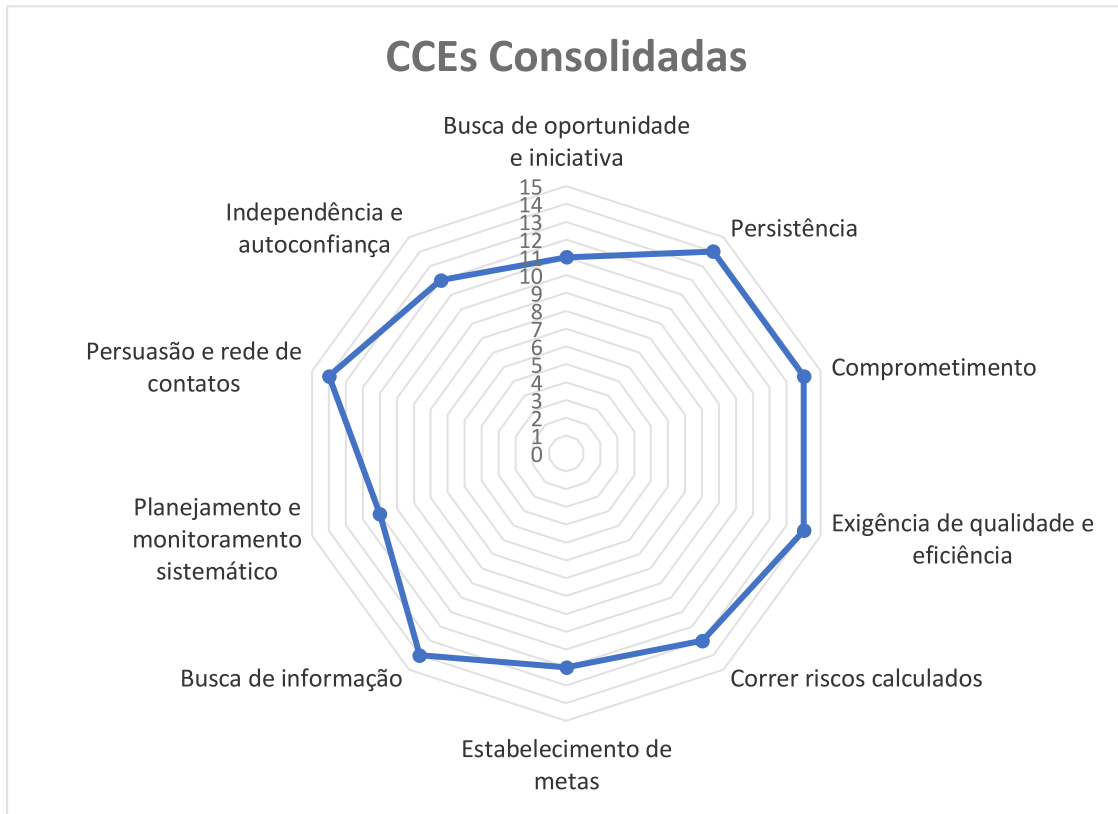
Visto que a pontuação, nessas características, não está distante da desejada (15 pontos), e que os discentes apresentam indícios dessas características em seus perfis, pode-se dizer que eles têm capacidade para melhorar esses parâmetros.

Por outro lado, a característica “Correr riscos calculados” obteve uma média razoável (13). Isso pode sinalizar uma menor disposição dos alunos investigados para assumir desafios e avaliar as alternativas, a fim de reduzir os riscos e controlar os resultados para tomada de decisão, bem como de agir diante de um obstáculo significativo, de modo a enfrentar desafios.

As características “Estabelecimento de metas”(12) e “Independência e auto confiança” (12) ambas com a mesma pontuação demonstram que os discentes estabelecem metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal, definem metas de longo prazo, claras e específicas, e estabelecem objetivos de curto prazo mensuráveis. Além disso os discentes são autônomos, agem por si mesmos, não ficam esperando e não terceirizam suas decisões.

O gráfico abaixo apresenta tais dados, consolidados:

Gráfico 01: **CCEs consolidadas**



Fonte: dados de campo, 2020

Para Engelma e Fracasso (2013), as características comportamentais empreendedoras de McClelland podem contribuir para o sucesso dos empreendimentos. Razão pela qual tais características ganham relevância, podendo ser desenvolvidas (RAUPP; BEUREN, 2011). Para estes autores, nem todos possuem habilidades que permitem empreender. Entende-se que são necessárias algumas características próprias do indivíduo e outras que possam ser aprendidas, mas ambas podem ser desenvolvidas. O conjunto dessas características permite converter o esforço desse indivíduo, denominado empreendedor, em desenvolvimento de uma nova ideia, que culminará com a criação de um empreendimento. Os alunos do curso de administração da Puc-Goiás apresentam todas as características, algumas mais que outras. Segundo os autores acima, todas podem ser desenvolvidas. Isso traz expectativas positivas quanto em ao futuro empreendedor desses discentes.

5 CONCLUSÃO

Para Minuzzi, Vargas e Fialho (2016), os discentes necessitam desenvolver as CCE's para poderem competir no mercado, cujo principal desafio é a necessidade de profissionais flexíveis e adaptáveis ao ambiente de negócios. Isso corrobora o desenvolvimento do comportamento empreendedor e a ideia da universidade empreendedora.

Diante do contexto abordado e considerando a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento das organizações, resgata-se o objetivo deste estudo: analisar as características comportamentais empreendedoras (CCE's) encontráveis em discentes da Escola de Gestão e Negócios – PUC-Goiás, e nesse sentido, foi possível verificar que os discentes da PUC apresentam as dez características comportamentais empreendedoras. Isso significa que os discentes estão em uma margem acima do razoável, na zona entre 11 e 14

pontos. Apesar disso, eles podem e devem aprimorar-se, visto que a pontuação máxima (ótima) é de 15 pontos.

Esse resultado pode ser explicado pelo fato de que 100% dos respondentes cursam disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, uma vez que a Universidade pesquisada entende que o tema empreendedorismo deve constar nas grades curriculares de todos os cursos da área de Administração.

Este trabalho verificou as características empreendedoras mais baixas e mais altas nos discentes. As características com menor pontuação foram “Busca de oportunidades e iniciativa” e “Planejamento e monitoramento sistêmico” e com as maiores, “Persistência”, “Comprometimento”, “Exigência de qualidade e eficiência”, “Busca de Informação” e “Persuasão e redes de contato”, todas com a mesma pontuação. Isso demonstra que os discentes buscam fazer as coisas com excelência, prezam pela disciplina em suas tarefas, estão sempre prontos para aprender mais. Por outro lado, devem se empenhar mais, em relação à busca de oportunidades quando o assunto é empreendedorismo. Para os alunos desenvolver e aprimorar as CCEs é importante porque leva-os ao auto conhecimento sobre seus traços de personalidade. Esse autoconhecimento é imprescindível para avaliarem quais pontos precisam ser aprimorados, enfatizados e utilizados positivamente como um diferencial em sua vida pessoal e profissional.

Os resultados do estudo, contribuem para um maior entendimento quanto às características comportamentais empreendedoras dos alunos de graduação da PUC-Goiás, de modo que possam ampliar o fomento ao empreendedorismo na graduação, contemplando discentes, docentes e técnicos administrativos; promovendo uma cultura empreendedora ainda mais forte na instituição, como estímulo ao desenvolvimento de um comportamento mais empreendedor.

O estudo se limitou à Escola de Gestão e Negócios, da Universidade PUC-GOIÁS. Por isso, há que se ter cautela quanto à generalização dos resultados, visto que outras variáveis, como a cultura, que este estudo não abordou podem influenciar nos resultados.

Essas limitações são decorrentes do tamanho da amostra, uma vez que os resultados não são passíveis de generalizações. Assim, sugere-se que em pesquisas futuras as amostras sejam estratificadas em diferentes cursos e com quantidade significativa que possa gerar algum tipo de inferência.

Por fim, sugere-se a replicação da presente pesquisa em outros cursos de graduação da Instituição pesquisada e em demais instituições de ensino superior e básico, nacionais e internacionais, para que seja possível estabelecer uma comparação entre os resultados obtidos, considerando também diferenças culturais. Seria interessante, também, realizar um acompanhamento longitudinal da evolução dessas características comportamentais nos indivíduos pesquisados.

REFERÊNCIAS

https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf

BARQUETTE, S.; CHAOUBAH, A. Pesquisa de marketing. São Paulo: Saraiva, 2007.

DORNELAS, José, Empreendedorismo: transformando idéias em negócios, 6 ed. São Paulo, Ed. Atlas, 2016.

ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M. Contribuição das incubadoras tecnológicas na internacionalização das empresas incubadas. R. Adm. v. 48, n. 1, p. 165-178, jan./fev./mar. 2013

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P. Empreendedorismo. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. Relatório executivo 2017. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2020.

IEL – Instituto Euvaldo Lodi. Perfil do Jovem Universitário com Intenção de Empreender. Goiânia: IEL, 2011.

LEITE, E. O Fenômeno do Empreendedorismo. Recife, Bagaço, 2000.

MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL (MSI). Final Report: entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. 1990.

MCCLELLAND, D. C. (1972). A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.

MCCLELLAND, D. C. (1985). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior* 21(3), 219-233.

MENEZES, L.C.M. Gestão de Projetos. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003

MENDES, J. Manual do Empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MENDONÇA, A.F.de; ROCHA, C.R.R.; NUNES, H.P.; REGINO, S.M.de. Metodologia científica: guia para elaboração e apresentação de trabalhos acadêmicos. Goiânia: Faculdades Alves Faria, 2003.

MINELLO, I. F. Resiliência e insucesso empresarial: um estudo exploratório sobre o comportamento resiliente e os estilos de enfrentamento do empreendedor em situações de insucesso empresarial, especificamente em casos de descontinuidade do negócio. Tese de doutorado (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, SP. 2010.

MINUZZI, C. D. O.; VARGAS, K. S.; FIALHO, C. B. Características Comportamentais Empreendedoras: em Cena os Futuros Administradores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 5, n. 1, p. 141-162, 2016.

MIZUMOTO, F. M.; ARTES, R.; LAZZARINI, S. G.; HASHIMOTO, M.; BEDÊ, M. A. O impacto de capital humano, capital social e práticas gerenciais na sobrevivência de empresas nascentes: um estudo com dados de pequenas empresas no Estado de São Paulo. *Inspere Working Paper*, Insper Instituto de Ensino e Pesquisa. 2008.

OLIVO, S. (2003). *Como entender o mundo dos negócios: empreendedor, a empresa, o mercado* (2a ed.). Brasília: Sebrae.

RAUCH, A.; FRESE, M. Let's put the person back into entrepreneurship research: A metaanalysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, v. 16, n. 4, p. 353- 385, 2007.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Perfil do suporte oferecido pelas incubadoras brasileiras às empresas incubadas. REAd. Rev. eletrôn. adm. vol.17, n.2, p. 330-359, Porto Alegre, 2011.

ROBERT C. RONSTADT, Entrepreneurship. Dover, MA: Lord Publishing, 1984

SANTOS, W. R. A. Educação empreendedora sob o prisma da Junior Achievement no Brasil – O caso do Programa Miniempresa. In: Pequenos negócios: Desafios e perspectivas - Educação empreendedora. SEBRAE. 2013.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatorio%20Endeavor%20imp%20ressao.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

SHAPERO, Albert. Entrepreneurship and economic development, 1975.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. p.212.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências e aprendizagem empreendedora em mpe's educacionais/entrepreneurial competences and learning in educational mse's. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 8, n. 3, 2014.

APÊNDICE – TESTE DE AUTOAVALIAÇÃO MODELO DE MCCLELLAND

AUTOAVALIAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Nome: _____

OBJETIVO: Propiciar a autoavaliação das características empreendedores individuais a partir de comportamentos empreendedores em seu dia a dia.

OBS: Não há resposta melhor ou pior; o que importa é a resposta verdadeira. Seja honeste consigo mesmo! Lembre-se de que ninguém é perfeito em tudo e estamos em constante desenvolvimento dos comportamentos empreendedores.

1ª ETAPA – AUTOAVALIAÇÃO

Para preencher a autoavaliação, reflita e escolha o número que melhor descreva a sua prática no dia a da, conforme cada comportamento listado. Marque de 1 a 5 conforme

descrição dos critérios abaixo.

VALOR	CRITÉRIOS
1	Nunca pratico este comportamento
2	Raramente pratico este comportamento
3	Algumas vezes pratico este comportamento
4	Na maioria das vezes pratico este comportamento
5	Sempre pratico este comportamento

OBS: NENHUM ITEM PODE FICAR SEM RESPOSTA

Comportamentos	Prática no dia a dia
01. Faço as coisas antes de ser solicitado ou antes de ser forçado pelas circunstâncias	
02. Busco autonomia em relação às regras e normas preestabelecidas por outras pessoas	
03. Formulo estratégias para influenciar ou persuadir outras pessoas	
04. Planejo dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos	
05. Dedico-me pessoalmente a obter informações necessárias para o desenvolvimento de minhas atividades	
06. Estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal	
07. Ao tomar decisões, avalio alternativas e analiso os riscos envolvidos	
08. Encontro maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápida ou mais barata	
09. Assumo responsabilidade pessoal por solucionar problemas que possam prejudicar a conclusão de um trabalho nas condições estipuladas	
10. Busco soluções diante de um obstáculo significativo	
Comportamentos	Prática no dia a dia
11. Desenvolvo novas ideias e projetos além das atuais soluções ou propostas estabelecidas	
12. Mantenho meu ponto de vista mesmo diante de oposição ou de resultados inicialmente desanimadores	
13. Utilizo minha rede de contatos como estratégia para atingir meus objetivos	
14. Constantemente reviso meus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças que possam ter ocorrido	
15. Pesquiso como realizar determinada atividade ou projeto, antes de sua execução	
16. Tenho visão de longo prazo do que espero alcançar, de forma clara e específica	
17. Analiso informações e tomo decisões para reduzir riscos ou controlar resultados	
18. Faço as coisas de maneira que satisfaçam ou excedam padrões de excelência	
19. Colaboro com a equipe de trabalho ou me coloco no lugar deles, se necessário, para terminar uma atividade ou tarefa	
20. Ajo repetidamente ou mudo para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo	
21. Aproveito oportunidades fora do comum para iniciar um novo projeto ou atividade, estabelecer parcerias, ampliar aprendizados	
22. Faço um sacrifício pessoal ou um esforço extraordinário para completar uma tarefa	
23. Esforço-me para atender ou superar as expectativas das pessoas que me demandam tarefas e atividades diversas	

24. Asseguro que o trabalho seja terminado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade previamente combinados	
25. Coloco-me em situações que implicam desafios ou riscos moderados	
26. Estabeleço objetivos de curto prazo mensuráveis	
27. Consulto especialistas de um determinado assunto para esclarecimento de dúvidas e busca de apoio na realização de uma tarefa ou atividade	
28. Mantenho registos dos meus ganhos e gastos e utilizo-os para tomar decisões sobre compras ou investimentos	
29. Tenho boas relações com as pessoas com vistas a manter e ampliar minha rede de contatos	
30. Expresso confiança na minha própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio	

2ª ETAPA – APURAÇÃO DE RESULTADOS

Transfira para as tabelas a seguir a avaliação realizada na tabela anterior (1ª Etapa) e apure as somas indicadas.

Características do comportamento empreendedor	Prática no dia a dia
CONJUNTO DE REALIZAÇÃO	
01 Faço as coisas antes de ser solicitado ou antes de ser forçado pelas circunstâncias	
11 Desenvolvo novas ideias e projetos além das atuais soluções ou propostas estabelecidas	
21 Aproveito oportunidades fora do comum para iniciar um novo projeto ou atividade, estabelecer parcerias, ampliar aprendizados	
Busca de oportunidades e iniciativa	Soma =

Características do comportamento empreendedor	Prática no dia a dia
CONJUNTO DE REALIZAÇÃO	
10 Busco soluções diante de um obstáculo significativo	
20 Ajo repetidamente ou mudo para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo	
22 Faço um sacrifício pessoal ou um esforço extraordinário para completar uma tarefa	
Persistência	Soma =
09 Assumo responsabilidade pessoal por solucionar problemas que possam prejudicar a conclusão de um trabalho nas condições estipuladas	
19 Colaboro com a equipe de trabalho ou me coloco no lugar deles, se necessário, para terminar uma atividade ou tarefa	
23 Esforço-me para atender ou superar as expectativas das pessoas que me demandam tarefas e atividades diversas	
Comprometimento	Soma =
08 Encontro maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mas rápida ou mais barata	
18 Faço as coisas de maneira que satisfaçam ou excedam padrões de excelência	
24 Asseguro que o trabalho seja terminado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade previamente combinados	
Exigência de qualidade e eficiência	Soma =
07 Ao tomar decisões, avalio alternativas e analiso os riscos envolvidos	
17 Analiso informações e tomo decisões para reduzir riscos ou controlar resultados	
25 Coloco-me em situações que implicam desafios ou riscos moderados	
Correr riscos calculados	Soma =
Total do conjunto de realizações (somatória das somas de cada subconjunto)	

Características do comportamento empreendedor	Prática no dia a dia
CONJUNTO DE PLANEJAMENTO	
06 Estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal	
16 Tenho visão de longo prazo do que espero alcançar, de forma clara e específica	
26 Estabeleço objetivos de curto prazo mensuráveis	
Estabelecimento de Metas	Soma =
05 Dedico-me pessoalmente a obter informações necessárias para o desenvolvimento de minhas atividades	
15 Pesquiso como realizar determinada atividade ou projeto, antes de sua execução	
27 Consulto especialistas de um determinado assunto para esclarecimentos de dúvidas e busca de apoio na realização de uma tarefa ou atividade	
Busca de informação	Soma =
04 Planejo dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos	
14 Constantemente reviso meus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças que possam ter ocorrido	
28 Mantenho registros dos meus ganhos e gastos e utilizo-os para tomar decisões sobre compras ou investimento	
Planejamento e monitoramento sistemático	Soma =
Total do conjunto de realizações (somatória das somas de cada subconjunto)	

Características do comportamento empreendedor	Prática no dia a dia
CONJUNTO DE PODER	
03 Formulo estratégias para influenciar ou persuadir outras pessoas	
13 Utilizo minha rede de contatos como estratégias para atingir meus objetivos	
29 Tenho boas relações com as pessoas com vistas a manter e ampliar minha rede de contatos	
Persuasão e rede de contatos	Soma =
02 Busco autonomia em relação às regras e normas preestabelecidas por outras pessoas	
12 Mantenho meu ponto de vista mesmo diante de oposição ou de resultados inicialmente desanimadores	
30 Expresso confiança na minha própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio	
Independência e autoconfiança	Soma =
Total do conjunto de realizações (soma das somas de cada subconjunto)	

3ª ETAPA – GRÁFICO

Transcreva para a tabela indicada os resultados da soma da autoavaliação de cada característica do comportamento empreendedor.

Para elaborar o seu gráfico, assinale o resultado referente a cada característica do comportamento empreendedor na sua correspondente linha. Na sequência, ligue os pontos para visualizar o gráfico. Veja exemplo na página a seguir.

Características do comportamento empreendedor	Prática no dia a dia
Busca de oportunidade e iniciativa	Soma -
Persistência	Soma -
Comprometimento	Soma -
Exigência de qualidade e eficiência	Soma -
Correr riscos calculados	Soma -
Estabelecimento de metas	Soma -
Busca de informação	Soma -
Planejamento e monitoramento sistemático	Soma -
Persuasão e rede de contatos	Soma -
Independência e autoconfiança	Soma -

Depois de preenchida a tabela acima, marcar no gráfico as pontuações de cada item e depois ligar os pontos.

GRÁFICO PARA PREENCHER CONFORME OS SEUS RESULTADOS:

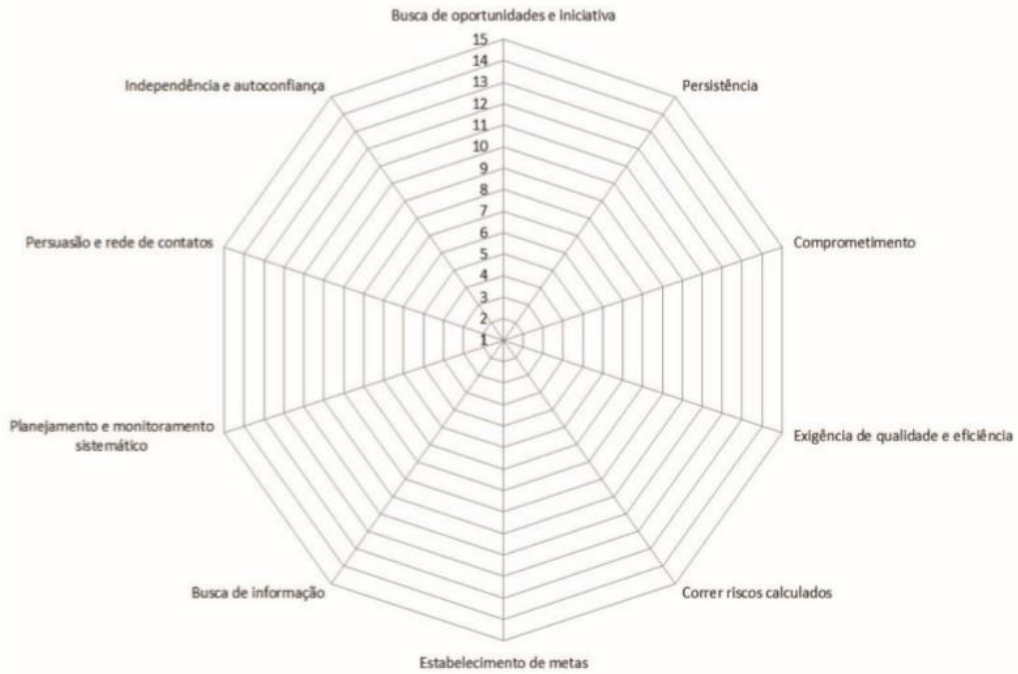
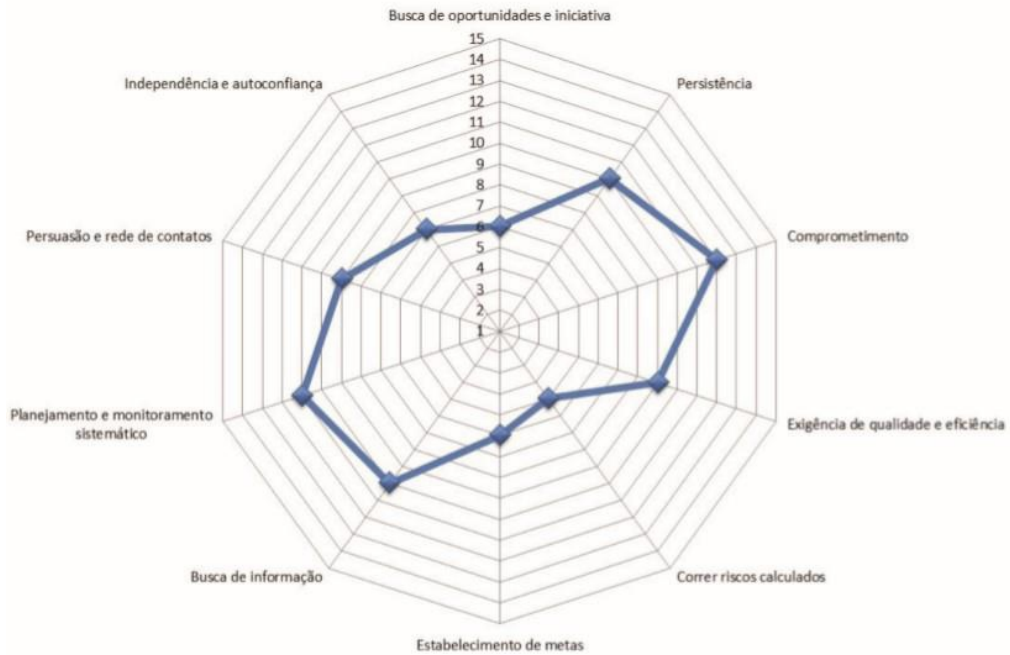


GRÁFICO: exemplo do gráfico preerido





**PUC
GOIÁS**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL

Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62) 3946.3080
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO n° 038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Lilíon Pereira do Carmo
do Curso de Administração, matrícula _____,
telefone: 99154-5526 e-mail lilion-terimha@hotmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Conceitos do Comportamento Empreendedor Conforme
McClelland, nos Graduações de Administração da PUC-Goiás,
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 14 de dezembro de 2020.

Assinatura do(s) autor(es): Lilíon Pereira do Carmo

Nome completo do autor: Lilíon Pereira do Carmo

Assinatura do professor-orientador: Nayra Karinne Bernardes de Menezes

Nome completo do professor-orientador: Nayra Karinne Bernardes de Menezes