

The development of entrepreneurial behavioral characteristics in higher education students: empirical reflections

O desenvolvimento de características comportamentais empreendedoras em estudantes do ensino superior: reflexões empíricas.

Received: 2023-06-08 | Accepted: 2023-07-12 | Published: 2023-07-17

Renata de Sousa da Silva Tolentino

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8284-7509>
Universidade FUMEC, Brasil
rsousa@fumec.br

Cecília Medina Lopes

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5013-0238>
Universidade FUMEC, Brasil
a226840665@fumec.edu.br

Frank Nero Pena de Vasconcelos

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-5431-2619>
Universidade FUMEC, Brasil
a226890925@fumec.br

Alexandre Pinto da Silva

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5680-7856>
Universidade FUMEC, Brasil
a1463@fumec.br

Evandro Aparecido de Oliveira Callegaro

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9494-2757>
Universidade FUMEC, Brasil
a226867863@fumec.edu.br

Charles Batista da Silva

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1502-7949>
Universidade FUMEC, Brasil
a226861448@fumec.edu.br

Presleyson Plínio de Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6850-3638>
Universidade FUMEC, Brasil
contato@presleyson.com.br

José Maurício Costa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0313-1335>
Universidade FUMEC, Brasil
jose.costa@fumec.br

ABSTRACT

This study aimed to test how entrepreneurial behavioural characteristics (EBC) develop in university students as described by McClelland (1963;1987). The methodological procedures tested McClelland's perspective (1963;1987) with a sample of 137 university students. Data collection was carried out through a closed questionnaire with fifty-five questions using the 10-point *Likert* scale, applied by sending an email with the link to the form to respondents. As a result, it was verified that the entrepreneurial behavioural characteristics of the realization and planning categories are well developed and the entrepreneurial behavioural characteristics of the power category are still in development.

Keywords: Entrepreneurial Behavioral Characteristics; Entrepreneurship; Academic

RESUMO

Este estudo teve como objetivo testar como as características comportamentais empreendedoras (CCE) se desenvolvem em estudantes universitários conforme descrito por McClelland (1963;1987). Os procedimentos metodológicos testaram a perspectiva de McClelland (1963;1987) com uma amostra de 137 universitários. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário fechado com cinquenta e cinco questões usando a escala *Likert* de 10 pontos, aplicado por meio do envio de e-mail com o link do formulário aos respondentes. Como resultados verificou-se que as características comportamentais empreendedoras das categorias realização e planejamento estão bem desenvolvidas e as características comportamentais empreendedoras da categoria poder ainda estão em desenvolvimento.

Palavras-chave: Características Comportamentais Empreendedoras; Empreendedorismo; Acadêmicos.

INTRODUÇÃO

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais que os acompanham e recebendo as recompensas resultantes” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). O empreendedorismo se configura como importante fonte de emprego, crescimento econômico e inovação, promovendo a qualidade dos produtos e serviços, a concorrência e a flexibilidade econômica. É também um mecanismo pelo qual muitas pessoas ingressam na corrente principal econômica e social da sociedade, auxiliando na formação da cultura, na integração da população e na mobilidade social (HISRICH; LANGAN-FOX; GRANT, 2007).

O empreendedorismo envolve a capacidade e o desejo de reconhecer e buscar oportunidades (STEVENSON; JARILLO-MOSSI, 1986). O empreendedorismo se configura como importante fonte de emprego, crescimento econômico e inovação, promovendo a qualidade dos produtos e serviços, a concorrência e a flexibilidade econômica.

Com base nos dados divulgados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM (2020), estavam atuantes no Brasil em 2020 cerca de 44 milhões de indivíduos à frente de algum tipo de empreendimento, correspondendo a uma taxa de empreendedorismo total (TTE) de 31,6%. Entretanto, a (TTE) no Brasil sofreu uma redução de 7,1 pontos percentuais, entre 2019 e 2020,

sendo que esse resultado foi principalmente impactado pela redução na taxa de empreendedores estabelecidos. Ainda segundo o GEM (2021), o Brasil ocupava o 56º lugar dentre os 65 países em relação à Educação Empreendedora. Esta posição, embora não pareça tão distante, evidencia que grande parte dos jovens do país desconhece a Educação Empreendedora. E, diante deste contexto, a educação em questão se torna cada vez mais desafiadora por causa das expressivas transformações que o mundo atual exige. Tal exigência obriga o ensino brasileiro a se adequar ao novo paradigma referente à essa educação, o mercado necessita de jovens que saibam lidar com inúmeros acontecimentos ao mesmo tempo. Desta forma, a educação empreendedora prepara o jovem para atender a essa importante demanda que a vida moderna exige, sempre trabalhando a inovação e a criação para atender às exigências,

Mesmo sendo um grande desafio para educação no Brasil, as instituições de ensino superior (IES), estão, cada vez mais, se adequando ao novo sistema de ensino para educação empreendedora. Verifica-se avanços em termo de matrizes curriculares, buscando aproximar ensino e mercado, com destaque para a ênfase dada ao papel do empreendedorismo, com abordagens interdisciplinares (BIZARRIA; BARBOSA; SOUSA, 2019).

Neste contexto, a presente pesquisa teve como objetivo testar como as características comportamentais empreendedoras (CCE) se desenvolvem em estudantes universitários brasileiros conforme descrito por McClelland (1963;1987).

EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO

A cada dia, fica mais evidente que o empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento e bem-estar da sociedade. O empreendedorismo é um dos impulsores do crescimento econômicos dos países (GEM, 2014).

Quando há uma tentativa de se fazer algo novo, muita das vezes essa ação é chamada de empreender. Segundo o dicionário Houaiss (2012), empreender é decidir fazer uma tarefa trabalhosa, por em execução, tentar. Para a definição de empreendedorismo, este mesmo dicionário define como a disposição ou capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços negócios; iniciativa de implementar mudanças em empresas ou negócios já existentes com transformação que envolve inovação e riscos; conjunto de conhecimentos relacionados a essa forma de agir.

O empreendedorismo tenta dar uma contribuição tangível, criando valor por meio de ideias criativas e uma mentalidade com visão de futuro (Engel and Teec, 2012).

Segundo (KUADA, 2015), uma perspectiva dominante na literatura do empreendedorismo contemporâneo é que o processo empreendedor começa com a “descoberta” de oportunidades por indivíduos alertas que escaneiam de forma consistente seu ambiente.

Para o SEBRAE (2021), Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas. A introdução de um novo bem, a criação de um método de produção ou comercialização e até a abertura de novos mercados, são algumas atividades comuns do empreendedorismo. Isso significa que “a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios”.

Falar de empreendedorismo é considerar, essencialmente, a criação de um novo negócio. O empreendedorismo surge a partir de uma nova ideia empreendedora, iniciada pela atenção aos problemas, que se formata em propostas de solução. (SILVA, 2020).

Para (Acs Audretsch, 1990, *apud* ROS (2017), A atividade empreendedora inquestionavelmente afeta o crescimento das economias atuais, e o faz de várias maneiras. Empreendedores podem desenvolver inovações importantes, introduzindo novos produtos ou produção de processos para o mercado.

FILHO (2012) afirma que não existe uma definição universalmente aceita ou um consenso entre os estudiosos e pesquisadores para o termo empreendedorismo. O empreendedorismo é aceito como a “destruição criadora” proposta por Schumpeter, ao definir que:

O empreendedor é responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marchar o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e implacavelmente sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (Schumpeter, 1983).

Adam Smith definia o empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, além disso, um gestor que se coloca entre o trabalhador e o consumidor.

CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS – MCCLELLAND (1961)

A importância do empreendedorismo na criação de riqueza e no desenvolvimento da sociedade e das empresas vêm conquistando cada vez mais espaço e interesse por parte de diversos pesquisadores como Schumpeter, 1934; McClelland et al., 1953, 1961; Kock, 1965; McClelland e Winter, 1969; Kirzner, 1973, 1985; Casson, 1982; Low e MacMillan, 1988;

Kirchhoff, 1989; Singh, 1989; Kirchhoff, 1991; Shaver e Scott, 1991; Baldwin, 1995; e Kirschhoff e Acs, 1997, entre tantos outros (HANSEMARK, 1998).

Observa-se que distintas teorias têm sido propostas ao longo de décadas para tentar explicar o processo empreendedor (FRAGOSO; ROCHA-JUNIOR; XAVIER, 2020). Entretanto, é importante ressaltar que quase todas as definições são unânimes ao estabelecerem os empreendedores como indivíduos especialmente motivados e talentosos, implicando no fato de que compreender e explicar as forças psicológicas dentro desse indivíduo é o que os motiva é altamente desejado (LLOYD, 2019).

Sob o ponto de vista psicológico, David McClelland buscou compreender o conceito de empreendedorismo, o que o fez ser reconhecido como precursor e um dos estudiosos mais proeminentes das ciências do comportamento para o empreendedorismo (FILION, 1999). Com destaque para a extensa pesquisa ao longo de quatro décadas sobre as características dos empreendedores (LANGAN-FOX; ROTH, 1995).

Tal pioneirismo e interesse sobre as características comportamentais dos empreendedores idealizado por McClelland, trouxe evidências importantes de que as pessoas são motivadas devido à necessidade de realização, poder e afiliação (BRANCHER; OLIVEIRA; RONCON, 2012).

Portanto, esse aspecto motivacional do empreendedor atribuída por McClelland indica que independentemente das variações no desenvolvimento econômico, os empreendedores com alta motivação quase sempre encontrarão maneiras de maximizar o desempenho econômico, pois o comportamento empreendedor é impulsionado pela necessidade de realização pessoal (SANYANG; HUANG, 2009).

McClelland desenvolveu suas pesquisas ao longo de décadas, buscando compreender aspectos comportamentais dos empreendedores, principalmente relacionados à motivação. Percebeu-os como indivíduos diferenciados e passou a estudar suas principais características exteriorizadas, a fim de desenvolver programas que pudessem estimular o desenvolvimento dessas características (SILVA, *et al.* 2016).

Segundo Mourão e Locatelli (2020) e Locatelli, Mourão e Silva (2021), o conceito de características comportamentais empreendedoras desenvolvido por McClelland (1961), tornou-se amplamente aceito e difundido ao estabelecer quais são as principais características comportamentais presentes em indivíduos que são considerados empreendedores. Com o auxílio da Tabela 1 é possível identificar as dez características comportamentais empreendedoras, organizadas em três principais categorias.

Tabela 1. Características Comportamentais Empreendedoras

Categoria	Características
1 – Realização	Busca de oportunidades e iniciativa
	Correr riscos calculados
	Persistência
	Exigência de qualidade e eficiência
2 – Planejamento	Comprometimento
	Busca de informações
	Estabelecimento de metas
3 – Poder	Planejamento e monitoramento sistemático
	Persuasão e rede de contato
	Independência e autoconfiança

Fonte: McClelland (1961; 1972)

Compreendendo que o empreendedorismo representa uma importante opção de carreira, oferecendo oportunidades para desfrutar de independência, desenvolver múltiplas habilidades, colher benefícios financeiros e contribuir para o desenvolvimento econômico (MORRIS; SHIROKOVA; TSUKANOVA, 2017), e que é possível identificar e potencializar os indivíduos a serem empreendedores, é que o lilio (Programa de Capacitação para o Empreendedorismo), um programa integrado de capacitação da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), criado em 1988 com o objetivo de promover o empreendedorismo nos países em desenvolvimento, busca ajudar a fomentar a capacidade empresarial e desenvolver competências empreendedoras (SANYANG; HUANG, 2009; GONDIM; MUTTI, 2011).

Por meio de uma metodologia única e enraizada nas pesquisas conduzidas no final dos anos 1960 por David McClelland, o EMPRETEC é baseado na suposição de que todos têm uma motivação interna para melhorar, e características ou competências comportamentais empreendedoras de McClelland formam a base do Workshop de Capacitação (EMPRETEC, 2022).

Vale ressaltar que o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), além de ser considerado o maior centro de formação em empreendedorismo do Brasil, cujo objetivo é formar o micro e pequeno empresário, apresentando lhes ferramentas gerenciais de formação para o empreendedorismo, vem oferecendo o EMPRETEC (COELHO, *et al.* 2018).

CARVALHO e ZUANAZZI (2003) mapeiam alguns movimentos que foram significativos, começando com a “racionalização do trabalho, o movimento das relações humanas, o movimento do funcionalismo estrutural e o movimento das contingências

ambientais”, afirmando que apesar de não ser possível identificar o movimento atual, “acredita-se que o empreendedorismo irá revolucionar a forma de fazer negócios”.

Ainda segundo CARVALHO e ZUANAZZI (2003) existem várias definições para conceituar o termo empreendedor, citando variadas definições apresentadas por diversos autores, conforme pode-se ver na Tabela 2 abaixo:

Tabela 2: Definições de Empreendedorismo

Autores citados por CARVALHO e ZUANAZZI (2003)	Definição apresentada sobre o que é ser empreendedor
Drucker (1992)	“é aquele indivíduo que tem a capacidade de vislumbrar uma oportunidade em situações que outros não percebem”.
Schumpeter (1985)	“é o indivíduo que faz novas combinações dos elementos, que introduz novos produtos, que identifica novos mercados e que tem a capacidade de criar novos tipos de organizações”.
Dolabela (1999, p.44)	“alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro”.
Dornellas (2001, p. 37)	“é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.
Filion (1991, p.64)	“alguém que concebe, desenvolve e realiza visões”.

Fonte: Adaptado de CARVALHO e ZUANAZZI (2003).

CARVALHO e ZUANAZZI (2003) também afirmam que as instituições de ensino superior devem ser os grandes propulsores da disseminação da formação de novos empreendedores, com uma matriz curricular específica para a formação em empreendedorismo, como forma de permitir que o aluno recém-formado tenha a capacidade de desenvolver uma atividade laborativa sem depender unicamente de uma vaga no mercado de trabalho.

Além disso, CARVALHO e ZUANAZZI (2003), citando Dornelas (2001) destacam que o ensino do empreendedorismo deve abordar os seguintes atributos:

“Habilidades técnicas – capacidade de liderança no trabalho em equipe, ou seja, respeitar e ouvir as opiniões dos outros, falar e escrever proporcionado fácil entendimento, e conhecer a sua área de atuação”.

“Habilidades gerenciais – envolvem os conhecimentos necessários à um bom administrador: como gerenciar, controlar, desenvolver, criar, e tantas outras que permitam a condução do empreendedorismo”.

“Características pessoais: principalmente ser disciplinado, persistente, ser capaz de assumir riscos, ser inovador, estar atendo às mudanças, e ser um líder visionário”. CARVALHO e ZUANAZZI (2003).

Dolabela (apud CARVALHO e ZUANAZZI, 2003) apresenta a realização de diversos estudos para se desvendar as características presentes nos empreendedores, contudo, tais

pesquisas desconsideravam diversas variáveis, o que resultava em muitas contradições, impossibilitando a criação de um padrão científico que caracterize o empreendedor.

Ainda segundo o autor, existe a possibilidade de que qualquer característica possa variar a depender das características do negócio e mesmo do momento em que se desenvolve o empreendimento. (CARVALHO e ZUANAZZI, 2003).

Assim, Fillion (apud CARVALHO e ZUANAZZI, 2003) apresenta um conjunto de atividades que o empreendedor necessita desenvolver para atingir seus objetivos, vinculando-as às características das pessoas, e principalmente a aprendizagem envolvida, conforme pode-se verificar na tabela 3 abaixo:

Tabela 3 – Conjunto de Atividades do Empreendedor

ATIVIDADE	CARACTERÍSTICA	APRENDIZAGENS
Descoberta de oportunidades	Faro, intuição	Análise setorial. Conhecer as características do setor, os clientes e o concorrente.
Concepção de visões	Imaginação, independência, paixão.	Avaliação de todos os recursos necessários e dos respectivos custos.
Tomada de decisões	Julgamento, prudência	Obter informações, saber minimizar o risco
Realização de visões	Diligência (saber “se virar”), constância (tenacidade)	Saber obter informações para realizar ajustes contínuos, retroalimentação.
Utilização de equipamentos	Destreza	Técnica
Compras	Acuidade	Diagnóstico do setor, pesquisa de compras
Projeto e colocação do produto/serviço no mercado	Diferenciação, originalidade	Marketing, gestão
Vendas	Flexibilidade para ajustar-se aos clientes e circunstâncias, buscar feedback	Conhecimento do cliente
Formação da equipe e conselheiros	Ser previdente, projeção a longo prazo	Gestão de recursos humanos, saber compartilhar

Delegação de tarefas	Comunicação, capacidade de aprender	Gestão de operações
----------------------	-------------------------------------	---------------------

Fonte: CARVALHO e ZUANAZZI (2003).

Os estudos sobre as características presentes em um empreendedor tem sido foco de estudo por parte de visos pesquisadores, sendo que um dos estudos que mais se destacam é o realizado por McClelland (1987) que, utilizando-se das ciências comportamentais, mapeou as qualidades relativos ao sucesso de empreendedores, das quais se destacaram a iniciativa, a assertividade, capacidade de realização e compromisso com os outros.

Posteriormente, David McClelland juntamente com a Universidade de Harvard, por intermédio do *United Nations Conference on Trade and Development* desenvolveram uma nova metodologia que distribuía as Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs) em áreas de necessidade, conforme a Tabela 4 abaixo:

Tabela 4: Características Comportamentais Empreendedoras por Necessidade

Necessidade de Realização	Necessidade de Planejamento	Necessidade de Poder
Busca de Oportunidades e Iniciativa	Estabelecimento de Metas	Independência e Autoconfiança
Comprometimento	Planejamento e Monitoramento	
Persistência	Sistemático	
Correr riscos calculados	Busca de Informações	Persuasão e Rede de Contatos
Exigência de qualidade e eficiência		

Fonte: Adaptado de CHING, H. Y.; KITAHARA, J. R. (2015).

Ainda neste sentido, diversos outros estudos que tentaram, de alguma forma, classificar as características pelas quais pudessem ser novos empreendedores, foram realizados dos quais se pode destacar Kristiansen e Indarti (2004) que consideram o ambiente ao qual o empreendedor está imerso, suas qualidades pessoais e o contexto. E o modelo proposto por LOPEZ JUNIOR e SOUZA (2006) que partindo dos estudos realizados por David McClelland, acrescentaram uma nova dimensão para descrever as características de um empreendedor, que é a inovação.

Em um sentido mais prático, Ching e Kitahara (2003) realizaram uma pesquisa com o intuito de identificar e analisar as características empreendedoras presentes nos alunos de uma Instituição de Ensino Superior de um determinado curso de Administração, tomando como base o modelo proposto pelo EMPRETEC.

Clemete e Almeida (2013) reforçaram o modelo proposto por David McClelland descrito pelas Características Comportamentais Empreendedoras, afirmando ainda que aspectos distintos relativos às características pessoais do empreendedor, como seus valores e forma de pensar e agir, relacionam-se diretamente com a capacidade de empreender.

Por fim, Krüger e Minello (2018) pontuam o empreendedor tem a qualidade de se apresentar como um ser dinâmico, focado, avaliando sua estratégia de atuação para que possam superar as adversidades. Este comportamento coloca o empreendedor na rota do sucesso, estando em consonância com o modelo das Características Comportamentais Empreendedoras de McClelland.

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa foi executada em uma grande universidade mineira em duas etapas: a) a primeira etapa qualitativa, onde foi realizada uma revisão de literatura a respeito dos descritores e b) a segunda etapa quantitativa e descritiva sendo que a coleta de dados ocorreu por meio de questionário eletrônico. Ela classifica-se como quali-quantitativa por motivo de utilizar quantificadores, tanto na coleta de dados quanto no tratamento destes, por meio de técnicas estatísticas descritivas e frequências absolutas e percentuais. Esse tipo de pesquisa tem o intento de avaliar a exatidão dos resultados, com menores distorções de análise e interpretação, o que permite maior segurança aos pesquisadores nas inferências (RICHARDSON et al., 2008).

A pesquisa obteve a avaliação e aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa em 08 de outubro de 2022.

A etapa qualitativa propiciou o aprofundamento no fenômeno estudado (RICHARDSON et al., 2008; GIL, 2008), bem como suas relações objetivando conservar aberta a análise para perceber a individualidade dos fatos e ao mesmo tempo seus múltiplos significados (GIL, 2008), já a pesquisa documental utilizou-se de materiais que não receberam alguma forma de análise, como os dados sociodemográficos dos respondentes.

A coleta de dados foi realizada no mês de novembro de 2022. Utilizando-se como *template* o questionário de David McClelland (1972) que visava medir as características comportamentais empreendedoras (CCEs) dos estudantes. O questionário foi formado por cinquenta e cinco afirmativas, sendo que em cada uma delas o comportamento do respondente é evidenciado considerando-se uma escala *Likert* de 10 pontos, diferente das recentes pesquisas que utilizam esta escala que geralmente utilizam uma escala de 5 pontos e aplicam os fatores de correção sugeridos por McClelland. As seguir apresenta-se as afirmativas do questionário.

1. Eu me esforço para realizar as coisas que devem ser feitas.

2. Quando me deparo com um problema difícil, demoro muito para encontrar a solução.
3. Eu termino meu trabalho no prazo.
4. Eu me odeio quando as coisas não são feitas corretamente.
5. Prefiro situações onde posso controlar ao máximo o resultado final.
6. Gosto de pensar sobre o futuro.
7. Quando começo uma nova tarefa ou projeto, reúno o máximo de informações possível antes de prosseguir.
8. Eu planejo um grande projeto, dividindo-o em tarefas mais simples.
9. Eu consigo fazer com que outros apoiem minhas recomendações.
10. Tenho a confiança de que posso ter sucesso em qualquer atividade que me proponho realizar.
11. Não importa com quem eu falo, sempre ouço com atenção.
12. Eu faço as coisas que devem ser feitas sem que outros tenham que me pedir.
13. Insisto várias vezes para que outras pessoas façam o que eu quero.
14. Sou fiel às promessas que faço.
15. Minha renda de trabalho é melhor do que a de outras pessoas com quem trabalho.
16. Só me envolvo com algo novo depois de ter feito o meu melhor para garantir o seu sucesso.
17. Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei da minha vida.
18. Procuro conselhos de pessoas que são especialistas na área em que trabalho.
19. Eu considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de empreender uma tarefa.
20. Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar outras pessoas.
21. Eu mudo a maneira como as pessoas pensam se outras discordarem veementemente dos meus pontos de vista.
22. Eu me odeio quando não consigo o que quero.
23. Gosto de desafios e novas oportunidades.
24. Quando algo fica entre o que estou tentando fazer, eu persisto em minha tarefa.
25. Se necessário, não me importo de fazer o trabalho de terceiros para cumprir um prazo.
26. Eu me odeio quando perco tempo.
27. Eu considero minhas chances de sucesso ou fracasso antes de começar a atuar.
28. Quanto mais específicas são minhas expectativas em relação ao que desejo alcançar na vida, maiores são minhas chances de sucesso.
29. Eu tomo decisões sem perder tempo procurando informações.
30. Tento levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipar o que faria se eles acontecessem.
31. Conto com pessoas influentes para alcançar meus objetivos.

32. Quando estou realizando algo difícil e desafiador, tenho confiança no seu sucesso.
33. Já tive fracassos no passado.
34. Prefiro realizar tarefas que domino perfeitamente e nas quais me sinto seguro.
35. Quando encontro sérias dificuldades, passo rapidamente para outras atividades.
36. Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, faço um esforço especial para ficar satisfeito com o trabalho.
37. Nunca fico realmente satisfeito com a maneira como as coisas são feitas; Sempre achei que existe uma maneira melhor de fazê-los.
38. Eu executo tarefas arriscadas.
39. Conto com um plano de vida bem definido.
40. Quando faço um projeto para alguém, faço muitas perguntas para ter certeza de que entendi o que eles querem.
41. Encaro os problemas à medida que surgem, em vez de perder tempo os antecipando.
42. Para atingir meus objetivos, procuro soluções que beneficiem todos os envolvidos em um problema.
43. O trabalho que faço é excelente.
44. Em algumas ocasiões, tirei vantagem de outras pessoas.
45. Arrisco-me a fazer coisas novas e diferentes.
46. Tenho diferentes maneiras de superar os obstáculos que me impedem de alcançar meus objetivos.
47. Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entrega de trabalho autodeterminado.
48. Eu encontro a maneira mais rápida de terminar o trabalho, tanto em casa quanto no trabalho.
49. Eu faço coisas que as pessoas consideram arriscadas.
50. Preocupo-me tanto em cumprir minhas metas semanais quanto minhas metas anuais.
51. Conto com diversas fontes de informação na hora de buscar auxílio na execução de tarefas e projetos.
52. Se um método para lidar com um problema não funciona, procuro outro.
53. Posso fazer com que as pessoas com convicções e opiniões firmes mudem sua maneira de pensar.
54. Eu permaneço firme em minhas decisões, mesmo quando outras pessoas se opõem fortemente.
55. Quando não sei de algo, não hesito em admitir.

O estudante respondente foi orientado a considerar como ele se sentia no momento em que estava respondendo e não como gostaria de ser. Também outras orientações foram apresentadas no cabeçalho do questionário eletrônico. Para *Camargo* (2005, p. 82), o questionário desenvolvido por McClelland apresenta como vantagem identificar características do perfil empreendedor. Ainda, segundo o autor, esse questionário quando desenvolvido foi idealizado para os Estados Unidos na década de 1970, sendo considerado um questionário extenso. No entanto, esses fatores, não impediam sua reaplicação em outras realidades. Após a aplicação, os dados foram inseridos em uma planilha de cálculo, nela foram feitos os cálculos básicos de média aritmética.

RESULTADOS

Após a aplicação do questionário foi realizado um estudo estatístico sobre as médias de respostas de cada uma das 55 afirmações e apresenta-se a distribuição das características, questões e categorias na tabela 5 abaixo.

Tabela 5 – Correlação: Características X Questões X Categoria

Característica	Questões	Categorias
Busca de oportunidade	$Q1 + Q12 + Q23 - Q34 + Q45$	Realização
Persistência	$Q2 + Q13 + Q24 - Q35 + Q46$	Realização
Compromisso	$Q3 + Q14 + Q25 + Q36 - Q47$	Realização
Exigência de Qualidade	$Q4 + Q15 + Q26 + Q37 + Q48$	Realização
Assumindo riscos calculados	$Q5 + Q16 + Q27 - Q38 + Q49$	Realização
Definição de metas	$Q6 - Q17 + Q28 + Q39 + Q50$	Planejamento
Busca por planejamento	$Q8 + Q19 + 30 - Q41 + Q52$	Planejamento
Persuasão	$Q9 - Q20 + Q31 + Q42 + Q53$	Poder
Independência	$Q10 - Q21 + Q32 + Q43 + Q54$	Poder

Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Ao analisar o resultado observa-se que a amostra foi composta por sua maioria de pessoas que se declararam mulheres 51,1, enquanto homens tivemos 48,9%, com idade em média entre 21 e 29 anos, 36,5%, seguidos de pessoas entre 30 e 39 anos, 27%. A maioria dos respondentes tinham curso superior incompleto 46%, a maioria residente no estado de Minas Gerais 97,8%.

Para a categoria de Realização tivemos em busca oportunidade a maioria absoluta de respostas 10, persistência tivemos em média 7 como respostas, compromisso tivemos em média

nota 10, exigência de qualidade tivemos em média nota 10 e assumir risco tivemos em média nota 10. Confirmando assim que para os respondentes as características de realização estão bem desenvolvidas.

Na categoria Planejamento obtivemos as seguintes respostas: para definição de metas tivemos em média 10 pontos e para busca por planejamento tivemos também 10, assim esta categoria também está sendo bem desenvolvida nos respondentes.

A categoria Poder demonstra uma pequena variação em relação às anteriores: para persuasão tivemos um média de nota 7 e para independência tivemos nota 8, assim podemos concluir que as características ligadas à categoria Poder dos respondentes ainda estão em desenvolvimento.

CONCLUSÃO

O objetivo desta pesquisa foi testar como as características comportamentais empreendedoras (CCE) se desenvolvem em estudantes universitários brasileiros conforme descrito por McClelland (1963;1987). Ele foi atingido em uma pequena parcela de estudantes do ensino superior da cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais.

O estudo apresentou que as características comportamentais empreendedoras da categoria Poder precisam de mais atenção para se desenvolverem visto que os respondentes não confirmaram que possui persuasão e independência, o que é aceitável para uma população tão jovem, em média de 21 a 29 anos em sua maioria. Porém a pesquisa deixa um alerta sobre intensificarem as metodologias para desenvolver as habilidades e competências de persuasão e independência. Foi possível perceber também que as características comportamentais empreendedoras da categoria realização que são mais extensas apresentaram resultados muito próximo de 10, total possível, nos levando a acreditar que busca de oportunidades, persistência, compromisso, exigência de qualidade e assumindo riscos calculados estão sendo desenvolvidas ao longo de sua formação acadêmica. Assim como as características comportamentais empreendedoras da categoria planejamento que são definição de metas e busca por planejamento também tiveram uma média de respostas próxima a 10, confirmando que as habilidades e competências destas características também foram desenvolvidas ao longo da vida escolar dos respondentes.

Como limitação do estudo apresenta-se a não utilização do fator de correção sugerido pro McClelland (1961), o que também pode ser visto como uma inovação nos estudos, uma análise objetiva das respostas em relação às características comportamentais empreendedoras.

Por fim sugerisse pesquisas com um número maior de estudantes e de diferentes localidades do Brasil para podermos experimentar a comparação por regiões.

REFERÊNCIAS

BIZARRIA, Fabiana Pinto de Almeida; BARBOSA, Flávia Lorenne Sampaio; SOUSA, Antônia Márcia rodrigues. Autodeterminação e Empreendedorismo com Suporte em Motivações: Análise empírica com universitários do curso de administração. **Rev. Eletrôn. Ciênc. Adm.** v. 18, n. 2, p. 281–304, 2019.

BRANCHER, Indiara Beltrame; OLIVEIRA, Elizabeth Moçato; RONCON, Aleksander. Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional. **InternexT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 7, n. 1, p. 166-193, 2012.

CAMARGO, M. S. G. de. Fundador versus sucessor: estudo comparativo das características comportamentais empreendedoras dos empresários de empresas familiares do município de Chapecó-SC. 2005. 141 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Regional de Blumenau, Programa de Pós-graduação em Administração, 2005.

CARVALHO, Carlos Eduardo e ZUANAZZI, Jeancarlo. Análise das características de alunos de graduação em Administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 125-141.

CHING, H. Y.; KITAHARA, J. R. Propensão a Empreender: Uma Investigação Quantitativa Baseada nas Características Empreendedoras de Alunos do Curso de Administração. *Revista de Ciências da Administração*, v. 17, n. 43, p. 99-111, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2015v17n43p99>.

COELHO, Fernando José Moreira. MARQUES, Carla; LOUREIRO, Armando; RATTEN, Vanessa. Evaluation of the impact of an entrepreneurship training program in Recife, Brazil. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 10, n. 3, p. 472–488, 2018.

EMPRETEC. Motivation and Personal Competencies. 2022. Disponível em: <https://empretec.unctad.org/DITE/EMPRETEC/Empretec.nsf/>. Acesso em: 08 jan. 2022.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP Management Journal**, v. 34, n. 2, p. 6-28, 1999.

FILHO, E. R. 2012. Empreendedorismo: dicas e planos de negócios para o século XXI [livro eletrônico]. InterSaberes. Curitiba-PR.

FRAGOSO, Rui; ROCHA-JUNIOR, Weimar; XAVIER, Antônio. Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**. V. 32, p. 33–57, 2020.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil: 2019. Coordenação: Simara Maria de Souza Silveira Greco *et. al.* Curitiba: IBQP, 2020.

GONDIM, Sonia Maria Guedes; MUTTI, Clara. Affections in learning situations: A study of an entrepreneurship skills development course. **Journal of Workplace Learning**, v. 23, n. 3, p. 195 – 208, 2011.

HANSEMARK, O. C. The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 4, n. 1, p. 28-50, 1998.

HISRICH, Robert; LANGAN-FOX, Janice; GRANT, Sharon. Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. **American Psychologist**, v. 62, n.6, p. 575-589, 2007.

HISRICH, Robert. PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOUAISS, Antônio. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro, 4ª Ed. Objetiva, 2012.

Kirzner, I.M. 1997, “Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach”, *Journal of Economic Literature*, Vol. 35 No. 1, pp. 60-85.

KUADA, J. 2015. *African Journal of Economic and Management Studies Entrepreneurship in Africa – a classificatory framework and a research agenda*.

KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N.; Entrepreneurial Intention among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Enterprising Culture*, [S.l.], v. 12, p. 55-78, 2004.

KRÜGER, C.; MINELLO, I. F. As Características Comportamentais Empreendedoras dos Estudantes de Graduação. *Revista Alcance*, v. 25, n. 2, p. 142-160, 2018.

LOPEZ JUNIOR, G.; SOUZA, E. Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE: Construção e Validação de uma Escala. In: 30º ENCONTRO DA ANPAD (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓSGRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO). Salvador, 2006. Anais. Salvador, ANPAD, Salvador, 2006.

LANGAN-FOX, Janice; ROTH, Susanna. Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, v. 68, n. 3, p. 209–218, 1995.

LLOYD, Warren. Entrepreneurial motivation: The impact of cultural capital on the 'who' is motivated. ***International Journal of Business and Globalisation***, v. 23, n. 1, p. 139 – 152, 2019.

LOCATELLI, Débora Regina Schneider; MOURÃO, Paulo Jorge Reis; SILVA, Rui. Lusophone Entrepreneurship: Analysis of Entrepreneurial Behavioural Characteristics in Brazilian and Portuguese Universities. ***Sustainability***, v. 13, 4568, 2021.

McCLELLAND, David Clarence. ***The achieving society***. Princeton, NJ: Van Nostrand, 1961.

McCLELLAND, David Clarence. ***A sociedade competitiva: realização e progresso social***. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MCCLELLAND, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The journal of creative behavior*, v. 21, n. 3, p. 219-33, 1987.

MORRIS, Michael H.; SHIROKOVA, Galina; TSUKANOVA, Tatyana. Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. ***European Journal International Management***, v. 11, n. 1, p. 65-85, 2017.

MOURÃO, Paulo Jorge Reis; LOCATELLI, Débora Regina Schneider. Testing McClelland at the Academy: An Analysis of Entrepreneurial Behavioral Characteristics. ***Sustainability***, v. 12, n. 5, p. 1771, 27 fev. 2020.

RICHARDSON, R. J. et al. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SANYANG, Saikou E.; HUANG, Wen-Chi. Entrepreneurship and economic development: The EMPRETEC showcase. ***International Entrepreneurship and Management Journal***. v. 6, n. 3, p. 317 – 329, 2009.

SILVA, Marcus Vinicius Gonçalves da; MEZA, Maria Lucia Figueiredo Gomes de; NASCIMENTO, Thiago Cavalcante; CATAPAN, Anderson. Perfil empreendedor de servidores em uma universidade pública brasileira. ***Espacios***, v. 37, n.29, p. 22, 2016.

SEBRAE 2021. Disponível em < <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empendedorismo> >. Acesso em 21 dez. 2021.

SILVA 2020, M. Ruiz da. Empreendedorismo [recurso eletrônico]. Cotentus. Curitiba-PR.

STEVENSON, Howard H.; JARILLO-MOSSI, Jose Carlos. Preserving entrepreneurship as companies grow. **Journal of Business Strategy**, v. 7, n. 1, p. 10–23, 1986.