



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

JOSÉ LUCAS SILVA SIQUEIRA

**A RELAÇÃO ENTRE AS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS
EMPREENDEDORAS E A INTENÇÃO DE EMPREENDER EM DISCENTES DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI**

JUAZEIRO DO NORTE

2016

JOSÉ LUCAS SILVA SIQUEIRA

A RELAÇÃO ENTRE AS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS
EMPREENDEDORAS E A INTENÇÃO DE EMPREENDER EM DISCENTES DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para a
obtenção do título de graduado em
Administração pela Universidade Federal
do Cariri.

Orientador: Professor Dr. Marcus Vinicius
de Oliveira Brasil

JUAZEIRO DO NORTE

2016

JOSÉ LUCAS SILVA SIQUEIRA

A RELAÇÃO ENTRE AS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS
EMPREENDEDORAS E A INTENÇÃO DE EMPREENDER EM DISCENTES DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para a
obtenção do título de graduado em
Administração pela Universidade Federal
do Cariri.

Orientador: Professor Dr. Marcus Vinicius
de Oliveira Brasil

Aprovado em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcus Vinicius de Oliveira Brasil (Orientador)
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Prof. Dr. Marcelo Oliveira Santiago
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Prof. Me. Alexandre Araújo Cavalcante Soares
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Dedico este trabalho àqueles que me compreendem sem nenhuma explicação: meus pais, Roberval e Ivanilda.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a Deus por me conceder coragem, serenidade e sabedoria para encarar as alegrias e tristezas de uma vida.

Agradeço à minha família, pais e irmãos (Gabriel e Sâmila), por todo apoio que recebo diariamente e por estarem sempre presentes quando preciso.

À Jeishe, minha namorada, por ser tão fundamental em minha vida, por ser companheira e dividir comigo, de forma compreensiva, uma vida cheia de experiências, e por me ajudar a ser uma pessoa melhor dia após dia.

Aos meus amigos e companheiros que ajudam e colaboram com minha vida de forma especial. São amigos de trabalho, de faculdade, e, sobretudo, amigos da vida.

Ao meu orientador e amigo, Prof. Marcus Brasil, e aos professores Alexandre Soares e Marcelo Santiago, amigos outrora de trabalho, da faculdade e membros da banca. Aos grandes professores da Universidade Federal do Cariri que contribuíram com a minha formação, em especial, Roberto Ramos e Jeová Torres.

“Voe, e que todo vento a bem te soe ao
descobrir, a natureza da centelha divina
que existe em si...”

(Criolo)

RESUMO

O objetivo principal deste trabalho é verificar se os alunos de graduação da Universidade Federal do Cariri (UFCA) que têm a intenção de empreender são considerados empreendedores de acordo com a mensuração das Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's) propostas por McClelland (1972).

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre empreendedorismo dando ênfase nos fatores comportamentais. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi o questionário de McClelland (1972) para mensuração das CCE's, adaptado com questões objetivas para levantamento das intenções de empreender dos discentes de graduação. Todos os questionários foram aplicados de forma *online* através da plataforma do *Google Forms*. No total foram aplicados 95 questionários. A análise dos resultados se deu através de abordagens quantitativas, com a descrição da amostra, a análise descritiva de todas as CCE's e análise comparativa com os resultados da intenção de empreender. Utilizou-se nas análises dos dados o software Microsoft Excel 2010. Os resultados indicaram que 53% dos alunos, que têm a intenção de empreender, não possuem as Características Comportamentais Empreendedoras propostas por McClelland (1972) necessárias para um perfil empreendedor. Este trabalho, portanto, cumpre seu objetivo e evidencia que a temática requer especial atenção na busca por uma educação empreendedora de forma plena e efetiva aos discentes. Por fim, são discutidas as limitações do estudo e sugestões para futuras pesquisas.

Palavras-chaves: CCE's, intenção de empreender, perfil empreendedor.

ABSTRACT

The main objective of this study is to verify if the undergraduate students of Federal University of Cariri (UFCA) that intend to undertake are considered entrepreneurs according to the measurement of the Entrepreneurial Behavioral Characteristics (CCE's) proposed by McClelland (1972). Initially, it was fulfilled a bibliographic research about entrepreneurship emphasizing the behavioral factors. The data collection instrument used was the McClelland's (1972) questionnaire to measure the CCE's, adapted with objective questions to survey the intentions of undergraduate students. All questionnaires were applied online through of Google Forms platform. In total, 95 questionnaires were applied. The analysis of the results was done through quantitative approaches, with the description of the sample, the descriptive analysis of all CCE's and comparative analysis with the results of the intention to undertake. It was utilized Microsoft Excel 2010 software in the analysis of the data. The results indicated that 53% of the students who intend to undertake, do not have the Entrepreneurial Behavioral Characteristics proposed by McClelland (1972) necessary for an entrepreneurial profile. This work, therefore, fulfills its objective and evidences that the theme requires special attention in the search for an entrepreneurial education in a full and effective way to the students. Finally, the limitations of the study and suggestions for future research are discussed.

Keywords: CCE's, intention to undertake, entrepreneurial profile.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mensuração das CCE's

Quadro 1 - Definições de empreendedorismo e empreendedor.

Quadro 2 - Características Comportamentais Empreendedoras de McClelland.

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1 - Curso de graduação dos respondentes
- Gráfico 2 - Semestre que o aluno cursa
- Gráfico 3 - Idade dos respondentes
- Gráfico 4 - Experiência profissional dos alunos
- Gráfico 5 - Intenção de empreender dos alunos
- Gráfico 6 - Classificação do perfil empreendedor
- Gráfico 7 - Média das CCE's dos empreendedores
- Gráfico 8 - Média das CCE's dos não empreendedores
- Gráfico 9 - Intenção de empreender – Empreendedores
- Gráfico 10 - Intenção de empreender – Não empreendedores

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1 - Resultados das CCE's – Alunos sem intenção de empreender
- Tabela 2 - Resultados das CCE's – Alunos com intenção de empreender
- Tabela 3 - Critérios para média e desvio padrão (escala de 1 a 5 pontos)
- Tabela 4 - Busca de oportunidades
- Tabela 5 - Exigência de qualidade e eficiência
- Tabela 6 - Persistência
- Tabela 7 - Independência e autoconfiança
- Tabela 8 - Correr ricos calculados
- Tabela 9 - Busca de informações
- Tabela 10 - Estabelecimento de meta
- Tabela 11 - Planejamento e monitoramento sistemático
- Tabela 12 - Comprometimento
- Tabela 13 - Persuasão e redes de contato

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- CCE's - Características Comportamentais Empreendedoras
CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*
MEI - Microempreendedores Individual
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TTE - Taxa Total de Empreendedores

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	Problema de pesquisa.....	14
1.2	Objetivo geral.....	14
1.3	Objetivos específicos	14
2	JUSTIFICATIVA	15
3	REFERENCIAL TEÓRICO	18
3.1	Empreendedorismo	18
3.2	Definições do termo	19
3.3	Características do perfil empreendedor	21
3.3.1	<i>Abordagem dos economistas.....</i>	21
3.3.2	<i>Abordagem dos comportamentalistas.....</i>	22
3.4	Motivação para empreender	25
3.5	Ensino do empreendedorismo	26
4	MÉTODO DA PESQUISA	28
4.1	Amostra	28
4.2	Instrumento e procedimento de coleta.....	28
4.3	Procedimentos de análise dos dados.....	28
5	ANÁLISE DOS DADOS	30
5.1	Descrição da amostra.....	30
5.2	Análise dos dados	33
5.3	Análise comparativa.....	40
6	CONCLUSÕES	44
	REFERÊNCIAS.....	46
	ANEXO	49

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o empreendedorismo vem ganhando um maior destaque no cenário econômico brasileiro. Segundo a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2015) – a Taxa Total de Empreendedores (TTE), no Brasil, foi de 39,3% em percentual da população entre 18 e 64 anos. Esta taxa superou em 4,9 pontos percentuais a de 2014 (34,4%) e está crescente desde 2011, quando representava 26,9%.

De acordo com análises feitas pela versão nacional do GEM (2014) os resultados mostraram que dentre as regiões brasileiras, o Nordeste foi a que obteve o maior percentual na TTE, com 36,4%, sendo, portanto, superior à taxa nacional de 2014. Este resultado reflete as oportunidades geradas com as mudanças estruturais do mercado regional.

O cenário favorável evidencia uma mentalidade positiva em relação ao empreendedorismo por parte da sociedade brasileira, que junto às condições econômicas oferecidas para a criação e desenvolvimento de novos negócios, constituem elementos fundamentais para o aparecimento de empreendimentos que irão contribuir para o crescimento econômico e social de um país (GEM, 2011).

Dentre as condições especiais oferecidas destacam-se as vantagens conseguidas pelos Microempreendedores individuais (MEI), que saíram da informalidade para se legalizar, obtendo com isso o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), facilitando assim a abertura de contas bancárias, a emissão de nota fiscal, e o acesso a linhas de créditos especiais.

Segundo o próprio site de cadastro dos MEI, o Portal do empreendedor, só no Ceará, entre o primeiro trimestre de 2012, o número de empreendedores registrados, passou de 55.902 para 68.626, representando um crescimento de aproximadamente 22%, sendo este desempenho proporcionalmente maior do que a média nacional, de 17%. A cada dia, 148 novos trabalhadores que exerciam atividades informais obtiveram o registro legal por lei (SEBRAE, 2015).

Neste contexto, é de grande importância à disseminação da educação empreendedora através das universidades e dos cursos de graduação, agindo na preparação de futuros empreendedores. Assim, buscando uma melhor compreensão sobre perfis empreendedores encontrados nas graduações de ensino superior, este trabalho foi elaborado para contribuir com o avanço desta temática nas pesquisas

realizadas na Universidade Federal do Cariri (UFCA), fundamentado nos estudos de McClelland (1972) sobre as Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's).

1.1 Problema de pesquisa

Diante dos fatos apresentados formulou-se o seguinte problema de pesquisa: como as CCE's se apresentam em alunos de graduação da UFCA que possuem a intenção de empreender?

1.2 Objetivo geral

Analisar o perfil empreendedor, de acordo com as CCE's propostas por McClelland (1972), de graduandos da UFCA que intencionam empreender.

1.3 Objetivos específicos

- a) Explorar a bibliografia pertinente sobre empreendedorismo com ênfase nos fatores comportamentais;
- b) Verificar a intenção de empreender dos alunos e mensurar as CCE's através do instrumento de McClelland (1972);
- c) Realizar análise descritiva e comparativa dos itens que compõem cada CCE's dos alunos que intencionam empreender.

2 JUSTIFICATIVA

O movimento do empreendedorismo no Brasil tem alguma expressividade para a economia nacional nos dias atuais. Segundo Dornelas (2008), essa dinâmica começou a se estruturar na década de 1990 com a criação de entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

O SEBRAE é uma entidade privada sem fins lucrativos que busca a promoção da competitividade e do desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas, atuando no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores públicos e privado e ações como programas de capacitação, feiras e rodadas de negócios (SEBRAE, 2015).

Os bons resultados obtidos com esses programas somados ao crescimento das incubadoras de empresas, à criação dos cursos de MBA (*Master of Business*), o crescimento dos negócios na Internet, das companhias Startups e das franquias, são fatores que explicam o desenvolvimento do empreendedorismo nacional (DORNELAS, 2008).

Segundo pesquisa do GEM (2014), sobre a mentalidade empreendedora no Brasil, constatou-se que 37,7% dos indivíduos afirmaram conhecer alguém que abriu um novo negócio nos últimos dois anos. Quanto à preparação, 50% afirmou possuir conhecimentos, habilidades e experiência necessários para começar um novo negócio. O desejo de ter o próprio negócio apareceu em terceiro lugar nas expectativas dos adultos brasileiros, representando 31,4%, depois da compra da casa própria, 41,9%, e de viajar pelo Brasil, 32,0%.

Segundo Dornelas (2008), boa parte do sucesso creditado as pequenas empresas, em estágio de maturidade, é na verdade em referência ao empreendedor do negócio que planejou as estratégias de forma correta e realizou análises de viabilidade antes de colocá-las em prática. Logo, com entendimento sobre o processo empreendedor, os fatores críticos de sucesso e as características do perfil empreendedor, espera-se que as estatísticas sobre crescimento das empresas no Brasil mantenham-se em patamares iguais a de países ditos desenvolvidos.

Diante dos argumentos, esta pesquisa se justifica pela importância que há no campo teórico da temática pela busca de compreensão sobre os fatores comportamentais que influenciam o desenvolvimento da atividade empreendedora.

Segundo Filion (1999), foi nos anos 80 que o empreendedorismo expandiu-se e espalhou-se para as mais variadas disciplinas. No contexto acadêmico do final da década de 90, já surgiam anualmente mais de mil publicações no campo do empreendedorismo, em mais de cinquenta conferências e vinte e cinco publicações especializadas (FILION, 1999).

O desenvolvimento de estudos comportamentais é relevante, visto que indivíduos realizam ações dentro de um contexto específico e alguns têm sucesso e outros não, evidenciando que existem fatores que levam um indivíduo e seu empreendimento a prosperar e outros a fracassarem (BAQUIT *et al.*, 2010).

Entretanto, segundo Filion (1999), ainda não foi possível estabelecer cientificamente um perfil psicológico do empreendedor devido, por exemplo, às diferenças existentes nas características dos empreendedores que entraram no mercado há dois anos e há 20 anos, bem como, pelos diversos conceitos dado pelos pesquisadores, ao empreendedor. O conjunto de abordagens sobre o tema não tem conseguido formar uma compreensão a respeito do significado acerca do empreendedor (VEIT *et al.*, 2009). Não se tem como avaliar e afirmar se uma pessoa vai ser ou não bem sucedida como empreendedora. No entanto, pode-se dizer se ela possui as características mais comumente encontradas nos empreendedores (FILION, 1999).

De acordo com Santos (2008), um instrumento para identificar o potencial empreendedor é importante por auxiliar na identificação de traços de personalidade e a intensidade com que estes se apresentam nas pessoas, comparando-as com empreendedores de sucesso para indicar áreas que necessitam de capacitação.

Uma escala para identificação de empreendedores em potenciais, possui importância socioeconômica à medida que cria condições iniciais para a realização de ações que visem o desenvolvimento do potencial empreendedor, estimulando a criação de negócios e gerando emprego, renda e desenvolvimento econômico (SANTOS, 2008).

Apesar do interesse pela relação entre o perfil empreendedor e o desempenho organizacional em negócios, estudos demonstram que não há um padrão metodológico para abordar o tema, impondo restrições nas análises e comparação de resultados (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Assim sendo, esta pesquisa utiliza uma abordagem de metodologia mais concreta e também de interesse para o campo do empreendedorismo, através do

uso de instrumentos que identificam e mensuram características de comportamento e intenção empreendedora em estudantes universitários.

Portanto, diante da argumentação exposta, percebe-se a importância da figura do empreendedor para o desenvolvimento socioeconômico e a relevância da mensuração das características pessoais que envolvem o seu perfil, na busca pela identificação e capacitação de graduandos com potencial empreendedor.

É de notória compreensão estudar o perfil empreendedor acompanhado da intenção de empreender visando alcançar melhores entendimentos sobre o crescimento das empresas levando em consideração atributos pessoais do próprio empreendedor. Essa discussão ressalta a importância de conhecer os campos de estudo do empreendedorismo na busca pela criação de empresas mais duradouras que possam contribuir para o desenvolvimento socioeconômico nacional e para a sociedade como um todo.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo envolve pessoas e processos para a transformação de ideias em negócios através da figura do empreendedor, que se antecipa aos fatos e possui uma visão futura da organização na tomada de decisão. As principais características empreendedoras definidas pelo autor são: ser visionário; explorar ao máximo as oportunidades; determinação e dinamismo; otimismo e paixão pelo que fazem e assumir risco calculado na criação de produtos e serviços de valor para a sociedade. Logo, torna-se necessário para a compreensão deste trabalho, examinar as características que compõe o perfil empreendedor e analisá-las conforme a intenção pessoal em empreender.

3.1 Empreendedorismo

A ideia do termo empreendedorismo tem ganhado destaque no Brasil nos últimos anos com intensificação desde o final da década de 1990. Na realidade nacional, os motivos que explicam tal interesse pelo assunto estão na preocupação em criar pequenas empresas duradouras para reduzir as altas taxas de mortalidade desses negócios. Esta atenção advém, de maneira geral, do aumento no índice de desemprego ocasionado com a tentativa de muitas grandes empresas brasileiras de superar a fragilidade econômica e aumentar a competitividade diante da imposição recorrente da globalização. Logo, uma das alternativas imediatas nestas empresas para manterem-se no mercado foi à redução de custo e a consequente elevação do desemprego. Sem alternativas, os ex-funcionários das empresas começam a empreender com a criação de novos negócios. Houve ainda, o surgimento de empreendedores que, motivados pela era da Internet, tiveram uma grande expressão na criação de negócios virtuais, principalmente entre os anos de 1999 e 2000. Além destes, deve-se considerar também os empreendedores que herdaram os negócios da família e dão continuidade as empresas (DORNELAS, 2008).

A prática do empreendedorismo se refere, além da geração de novas empresas, a criação de algo novo, seja com finalidades econômicas ou sociais. De acordo com Fillion (1999), o campo do empreendedorismo passou por um processo de expansão e se espalhou para várias outras disciplinas, de forma que as

organizações e a sociedade tiveram que buscar novas abordagens a fim de incorporarem as rápidas mudanças tecnológicas à sua dinâmica.

3.2 Definições do termo

As palavras empreendedorismo e empreendedor derivam do termo inglês *entrepreneur*, que, segundo Bom Ângelo (2003), tem sua raiz no verbo francês *entreprendre*, e significa fazer algo. Em português, a palavra deriva do latim *imprehendere*, e no contexto econômico significa iniciar um novo negócio (CHIEH, 2007). Já o termo Intra-empreendedor, é uma tradução livre do termo em inglês *intrapreneur* (CHIEH, 2007) e que segundo Pinchot (1989) representa o criador de inovações dentro de uma organização.

Uma definição clássica em termos econômicos é a de Schumpeter (1949, *apud* DORNELAS, 2008), na qual o empreendedor é aquele que através da criação de novas formas de organização ou exploração de novos recursos e materiais, e pela introdução de novos produtos e serviços no mercado, destrói a ordem econômica vigente.

Apesar de o fenômeno empreendedor ter nascido nas empresas, há alguns estudiosos que trabalham sua definição pautada para qualquer área das atividades humanas.

Segundo Dolabela (2006), o empreendedor é aquele que busca transformar seus sonhos em realidade. As implicações do termo empreendedorismo se referem a uma concepção de mundo nas formas de ser e de se relacionar, visto que o empreendedor é alguém que transforma seus inconformismos em propostas positivas para si mesmo e para os outros. O empreendedorismo então faz parte de um fenômeno cultural, onde os empreendedores iniciam por influência do meio em que vivem e tornam-se modelos para os demais (DOLABELA, 2006).

Todavia, segundo Fillion (1999), na literatura sobre empreendedorismo há diferentes formas de classificar o empreendedor, visto que os estudiosos tendem a usar premissas próprias de suas disciplinas para definir e perceber este fenômeno. No entanto, algumas características notáveis dos empreendedores e semelhanças na percepção do que os definem surgem em cada área de estudo.

Devido às definições para os termos empreendedorismo e empreendedor terem evoluído de diferentes formas sob distintos pontos de vista, não há um

conceito que possa ser aceite por todos, há, porém, algumas definições que são clássicas para a teoria científica desta prática (QUADRO 1).

Quadro 1 - Definições de empreendedorismo e empreendedor.

AUTOR	DEFINIÇÃO
Cantillon (1755)	Empreendedores como auto-empregados que se ajustam ao risco, quando o retorno é incerto.
Say (1821)	Indivíduo que combina recursos diversos.
Knight (1921)	Indivíduo que toma decisões em condições de incertezas.
Schumpeter (1934; 1949)	Indivíduo que inova, motor da economia capitalista. Inclui o Estado no <i>hall</i> dos agentes de inovação.
Drucker (1969)	Alguém que procura maximizar as oportunidades.
Liles (1974)	Nem toda pessoa que cria uma empresa é empreendedora. O empreendedor inova, identifica e cria oportunidades e combina recursos para extrair máximo benefício.
Casson (1982)	Lida com recursos escassos e sabe discernir (“juízo empreendedor”).
Bracker, Keats e Pearson (1988)	Distinção entre empreendedor e dono de PME. O 1º usa inovação e gestão estratégica para fazer lucro e o 2º gere um negócio para atingir seus objetivos pessoais
Gartner (1989)	Empreendedorismo é a criação de organizações e termina quando o estágio de criação da empresa acaba.
Stewart (1991)	O empreendedorismo pode ser definido como o processo de criação de rendas, através da inovação.
Palich e Bagby (1995)	Economistas tendem a adotar a definição de Schumpeter. <i>Corporate executives</i> veem o empreendedor como gestores de PME, incapazes de dirigir empresas maiores.
Westhead e Wright (1999)	Distinguem entre empreendedor ocasional, empreendedor em série e empreendedor que constrói um portfólio de negócios.
Filion (1999)	Empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.
Dornelas (2002)	O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive.
Venkataraman e Shane (2000)	Empreendedorismo é um processo pelo qual se faz algo novo e diferente com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade.
Henderson (2002)	Empreendedorismo é descobrir e desenvolver oportunidades de criar valor através da Inovação.

Boava e Macedo (2007)	Empreendedor é uma pessoa que transforma sua potencialidade em realidade, caracterizando-se por ser temporal e impermanente, abarcando as mais variadas esferas da vida social.
-----------------------	---

Fonte: Adaptado de Gaspar (2003, p. 192-193) e complementado por Baquit *et al.* (2010).

3.3 Características do perfil empreendedor

Algumas características dos fundadores das empresas estão intimamente ligadas ao seu desenvolvimento por possibilitar crescimento contínuo dos negócios no decorrer dos anos. Fatores essenciais como conhecimento do mercado e visão de negócio aliado com traços de personalidade como determinação, persistência e otimismo são de suma importância para o crescimento da organização, porém, deve-se ressaltar que somente isto não garante uma posição de destaque no mercado. A busca pelo sucesso deve contemplar outros fatores como o conhecimento de questões fundamentais ao negócio, a capacitação constante da equipe, além do *feeling* e do talento individual do empreendedor (SOUZA *et al.*, 2013).

Os estudos acerca do perfil empreendedor geralmente são feitos sob a ótica de duas correntes principais de autores: os economistas e os comportamentalistas. Para Maximiano (2011), os economistas são os que associam o empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico. Já os comportamentalistas enfatizam as atitudes, como a criatividade, intuição e disposição para correr riscos, conforme detalhado nas subseções a seguir.

3.3.1 Abordagem dos economistas

Sob a ótica dos economistas, a primeira a construir as bases teóricas sobre o assunto, os empreendedores eram vistos como detectores de oportunidade de negócios. Os dois primeiros autores comumente identificados como pioneiros do campo são Cantillon e Say, ambos considerando o empreendedor como pessoas que corriam riscos porque investiam seu próprio dinheiro (FILION, 1999). Na visão de Cantillon (1775 *apud* FILION, 1999), essas pessoas aproveitavam oportunidades, assumindo os riscos inerentes, com perspectivas de obtenção de lucro. Say (1816 *apud* FILION, 1999), por fazer distinções entre empreendedores e capitalistas, considerava os primeiros como agente da mudança e os associavam à inovação.

No entanto, Schumpeter (1928 *apud* FILION, 1999) foi quem desenvolveu o campo do empreendedorismo de forma a associá-lo à inovação, mostrando a importância dos empreendedores para o desenvolvimento econômico.

De acordo com Schumpeter (1978), na vida econômica a ação precisa ser decidida mesmo sem o conhecimento de todos os detalhes, visto que o sucesso depende da intuição e da capacidade de ver as coisas de uma maneira que possivelmente será constatada como verdadeira. De tal forma, as inovações no sistema econômico têm, no aspecto da mudança, seu início no aparato produtivo e continuidade através dos consumidores. Assim fundamenta-se uma de suas teorias no processo de desenvolvimento econômico: a destruição criativa. De acordo com a teoria, a inovação dos empreendedores é o produto que inicia a mudança econômica e norteia os consumidores a desejar novas coisas que diferem das que já consumiam antes, de forma a criar hábitos de consumo que substituam os produtos antigos por outros mais novos (SCHUMPETER, 1978).

Schumpeter (1982 *apud* Boava e Macedo, 2006) visa ir além de especulações teóricas abstratas, e utiliza para tal, o chamado fluxo circular de produção. Este fluxo é uma teoria econômica do equilíbrio geral que analisa a questão da produção como uma atividade contínua onde os agentes econômicos fazem previsões de suas produções e vendas. A teoria Schumpeteriana prevê a mudança através da inovação primeiramente pela introdução de um novo bem, seguido de um novo modelo de produção e na sequência a abertura de um novo mercado. Posteriormente a conquista de uma nova fonte de matéria prima, e finalmente a fundação de uma nova empresa, com criação ou ruptura de monopólio.

3.3.2 Abordagem dos comportamentalistas

Para os comportamentalistas, o empreendedor é definido tanto por aspectos criativos como intuitivos. Um dos primeiros a estudar o tema por esta abordagem foi o sociólogo Max Weber, no entanto, quem de fato iniciou as contribuições da visão comportamentalista ao empreendedorismo foi McClelland (FILION, 1999). Weber (1930 *apud* FILION, 1999) via os empreendedores como pessoas independentes cujo papel de liderança que exerciam em seus negócios provocava-lhes uma autoridade formal. Segundo McClelland (1971 *apud* FILION, 1999), um empreendedor é aquele que mantém controle de uma determinada

produção que não seja apenas para consumo próprio. Em seus estudos, McClelland tentou explicar o desenvolvimento social e a prosperidade com base na necessidade de realização e a necessidade de poder. Embora haja as críticas quanto a sua teoria de explicar o comportamento das sociedades sobre estes fatores, ele demonstrou que o ser humano é de fato um produto social (FILION, 1999).

Após McClelland, vários comportamentalistas tiveram como objetivo definir os empreendedores e suas características. Havia entre as ciências do comportamento um consenso maior sobre as metodologias mais válidas e confiáveis para diversos assuntos além do empreendedorismo (FILION, 1999).

Segundo Drucker (1987 *apud* Boava e Macedo, 2006), o empreendedor é aquele que consegue viver com as incertezas e riscos que um negócio proporciona e sabe aproveitar as oportunidades que não são necessariamente vistas por outras pessoas. É o indivíduo que busca a mudança e cria algo novo transformando valores e sendo inovador.

De acordo com Paiva Júnior (2004), o aspecto multidimensional sob o empreendedorismo tem recebido maior atenção devido à tentativa de resgatar a subjetividade do sujeito, de forma a evidenciar aspectos emotivos e experiências que geralmente são omitidas em estudos organizacionais devido à perspectiva da racionalidade instrumental clássica. Uma grande parcela dos estudos acerca do empreendedorismo busca analisar o comportamento empreendedor para identificar quais as ações e atitudes que o diferencia das outras pessoas, estruturando características pessoais para aqueles que desejam trabalhar por conta própria. É crescente o número de pesquisas realizadas para entender as forças psicológicas e sociológicas que atuam sob o empreendedor de sucesso (VEIT *et al.*, 2009).

O foco maior desta pesquisa será dado ao perfil empreendedor de acordo com as suas características de comportamento e das evidências dos principais traços que podem definir um empreendedor. Apesar das mais variadas pesquisas feitas no âmbito comportamental do empreendedorismo, não se podem definir com exatidão um perfil para o empreendedor. Assim sendo, é importante ressaltar que a presente pesquisa tem o objetivo de coletar dados relacionados ao comportamento empreendedor para analisá-los mediante a intenção empreendedora, considerando o perfil do próprio instrumento de pesquisa.

Dentre as características que compõe um perfil empreendedor, serão utilizadas no estudo as Características Comportamentais Empreendedoras dispostas

por McClelland (1972), dado o reconhecimento quanto a sua validação. O Quadro 2 apresenta estas características comportamentais dispostas em suas categorias:

Quadro 2 - Características Comportamentais Empreendedoras de McClelland.

CATEGORIA	CCE	EXEMPLOS DE COMPORTAMENTOS
REALIZAÇÃO	Busca de oportunidades e iniciativa	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes, de forçado pelas circunstâncias; Agem para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.
	Exigência de qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato. Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência.
	Persistência	Age diante de um obstáculo significativo; Age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.
	Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.
PLANEJAMENTO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS	Correr riscos calculados.	Avaliam alternativas e calcula riscos deliberadamente; Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados.
	Busca de informações.	Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; Consultam especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
	Estabelecimento de metas.	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; Definem metas de longo prazo, claras e específicas.
	Planejamento e monitoramento sistemáticos.	Planeja dividindo tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos; Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.

INFLUÊNCIA (RELAÇÃO COM AS PESSOAS)	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;
	Persuasão e redes de contato.	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; Age para desenvolver e manter relações comerciais.

Fonte: Manual do participante do curso Empretec/SEBRAE (2007). Adaptado de CAMPOS (2007) e baseado em McClelland (1972).

3.4 Motivação para empreender

A atividade empreendedora pode ser motivada tanto devido às novas oportunidades percebidas na sociedade, quanto puramente por necessidade em gerar renda para a subsistência (SOUZA *et al.*, 2013). Empreender por oportunidade pode, de maneira geral, garantir melhores consequências socioeconômicas à nação haja vista que as chances de sucesso da empresa também são maiores. Segundo Dornelas (2008), apenas a criação de empresas não são suficientes para garantir desenvolvimento econômico, pois os negócios precisam estar orientados por oportunidades de mercado.

O empreendedorismo por oportunidade é aquele em que o empreendedor sabe aonde deseja chegar através de um planejamento prévio para a criação da empresa, define o crescimento que a empresa buscará e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. Dessa forma, está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico (DORNELAS 2008).

No empreendedorismo por necessidade, o indivíduo se aventura na jornada empreendedora por falta de opção, possivelmente por estar desempregado e não ter opções de trabalho para subsistência. Esses negócios costumam ser criados informalmente sem o planejamento adequado, sem a geração de desenvolvimento econômico e com o agravante nos números de casos de criação e mortalidade das empresas. Esse tipo de empreendedorismo é mais comum em

países em desenvolvimento, como ocorre no Brasil. Assim, esses países precisam incentivar seu empreendedorismo por oportunidade para obtenção de melhoria no desenvolvimento nacional (DORNELAS 2008).

No caso do Brasil, o índice do empreendedorismo por oportunidade vem melhorando historicamente, superando as taxas do empreendedorismo por necessidade e apresentando pequenas variações desde 2010. De acordo com os resultados da pesquisa GEM, no ano de 2014, a proporção de empreendedores por oportunidades em relação ao total de empreendedores, foi de 70,6%. Neste mesmo ano, a razão entre empreender por oportunidade e necessidade alcançou 2,4, demonstrando crescimento também na proporção de empreendedores por oportunidade na composição da taxa de empreendedores ativos no Brasil – TEA do Brasil (GEM 2014).

3.5 Ensino do empreendedorismo

Nos últimos anos, devido principalmente às constatações da sua influência com o desenvolvimento econômico e a conseqüente necessidade de construção de um campo de estudo teórico e científico, o empreendedorismo começou a ganhar mais espaço nos meios acadêmicos da realidade brasileira. A dinâmica do empreendedorismo na realidade socioeconômica das regiões nacionais, assim como o aumento das pesquisas nos meios acadêmicos, tornou o ensino do empreendedorismo mais comum nos cursos de administração, tendo como principal motivo dessa inclusão o compromisso com o desenvolvimento econômico regional (SANTOS; MINUZZI; CRUZ, 2007).

Uma das primeiras disciplinas sobre a temática, chamada de Novos negócios ou Iniciação empresarial, foi desenvolvida e ministrada com base em pesquisas realizadas por Ronald Degen com empreendedores, nos anos de 1981 a 1987, no Curso de Especialização em Administração para Graduados (CEAG) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (DEGEN, 1989).

Diante da percepção da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento socioeconômico de um país, alguns estudos tratam sobre a necessidade do seu ensino nos meios acadêmicos. Segundo Dolabela (1999), não se sabe cientificamente se é possível ou não ensinar o empreendedorismo, no

entanto, é possível aprender a ser empreendedor com a criação de ambientes propício ao aprendizado.

Segundo Dornelas (2008), o fato de que o empreendedorismo é inato e que o empreendedor já nasce com um diferencial, hoje em dia é visto como um mito e cada vez mais se acredita que é possível ensinar o processo empreendedor. Os empreendedores inatos continuam existindo e sendo referência de sucesso, mas outras pessoas também podem ser capacitadas para a criação de empresas duradouras. O sucesso do empreendimento é decorrente de vários fatores internos e externos aos negócios, do perfil do empreendedor e da maneira sobre como ele administra as adversidades encontradas no seu dia-a-dia. Henrique e Cunha (2008) evidenciam a tendência de grades curriculares nas IES (Instituição de Ensino Superior) com o ensino do empreendedorismo, visando contribuir para a formação de profissionais aptos a abrirem um negócio e buscar inovações dentro das organizações.

Como a educação é a base de um processo de desenvolvimento que irá gerar o conseqüente crescimento econômico de uma sociedade, torna-se consenso entre os especialistas à necessidade de atenção adequada ao empreendedorismo, já que, menciona-se que de modo geral a maioria das pessoas não possui o conhecimento e as habilidades necessárias para iniciar um pequeno negócio (GEM, 2011). Portanto, esta pesquisa ocorre nos meios acadêmicos por entender que há uma busca pelos alunos por conhecimento e capacitação pessoal, mostrando a importância de conhecer a si mesmo e se preparar antes de começar a empreender.

4 MÉTODO DA PESQUISA

4.1 Amostra

A população da pesquisa é composta por estudantes de graduação da Universidade Federal do Cariri. A amostra pesquisada foi por conveniência porque, para analisar como as CCE's se apresentam em determinados alunos com intenção de empreender, não há pretensão de inferir o resultado à população. Dessa forma, não houve necessidade de métodos probabilísticos e aleatórios de acesso, visto que, a coleta de dados por conveniência pode proporcionar um maior número de respondentes que intencionam empreender, e assim, fornecer maiores quantidades de dados úteis à pesquisa.

4.2 Instrumento e procedimento de coleta

O instrumento utilizado para a coleta de dados é o questionário estruturado. Para a mensuração das Características Comportamentais Empreendedoras será utilizado o instrumento desenvolvido e validado por McClelland (1972), utilizando-se da versão em português feita por Batista (2004) em sua dissertação de Mestrado. O questionário possui no total 55 (cinquenta e cinco) assertivas, de forma que, cada uma das dez CCE's contempla um conjunto com cinco destas assertivas, totalizando cinquenta itens referentes às CCE's. Os cinco itens restantes pertencem ao fator de correção, conforme questionário em anexo.

Foi acrescentado junto ao instrumento, questões para caracterização da amostra e verificação da intenção de empreender dos respondentes. Todos os questionários foram aplicados através da plataforma *Google Forms*.

4.3 Procedimentos de análise dos dados

Para a análise dos dados, realizou-se inicialmente a descrição da amostra através dos percentuais de respostas alcançadas para as questões que abordam o curso, semestre, idade, experiência profissional e a intenção de empreender.

Em seguida, a análise descritiva dos dados para obtenção das médias das CCE's dos alunos com e sem intenção de empreender, e a representação das médias e desvio padrão de cada um dos cinquenta e cinco itens divididos por blocos

de cinco, de acordo com a dimensão (CCE) a qual pertence. Este procedimento permite visualizar os itens e as CCE's mais expressivas nas respostas e aquelas de maior variação nas pontuações obtidas.

A pontuação para cada item varia de acordo com as opções de resposta compreendidas pelos números 1 (nunca), 2 (raras vezes), 3 (algumas vezes), 4 (usualmente) e 5 (sempre). Logo, como cada assertiva pode alcançar até cinco pontos, a pontuação máxima para cada característica é de 25 (vinte e cinco) pontos.

McClelland (1972) só considerava empreendedor o indivíduo cuja pontuação mínima atingisse 15 (quinze) pontos em cada característica.

O fator de correção compreende cinco assertivas criadas pelo autor para determinar se o respondente tentou apresentar uma imagem favorável de si mesmo. Se o total da operação entre esses itens for maior ou igual a 20 (vinte) deve-se corrigir o total da pontuação de cada uma das dez CCE's, conforme instruções em anexo ao trabalho, para que se tenha uma avaliação mais precisa da pontuação das características do respondente.

Existe também, em cada dimensão que representa uma característica, um determinado item que apresenta um comportamento contrário ao esperado pelo indivíduo possuidor da característica. Esses itens reversos auxiliam na constatação e metrificação das características comportamentais.

Por último, apresentou-se uma análise comparativa entre as médias das CCE's dos alunos considerados empreendedores e daqueles não considerados, seguido da relação entre os resultados da mensuração de perfil empreendedor com os resultados da questão que trata sobre a intenção de empreender dos discentes. Todas as análises foram realizadas com o auxílio do software Microsoft Excel 2010.

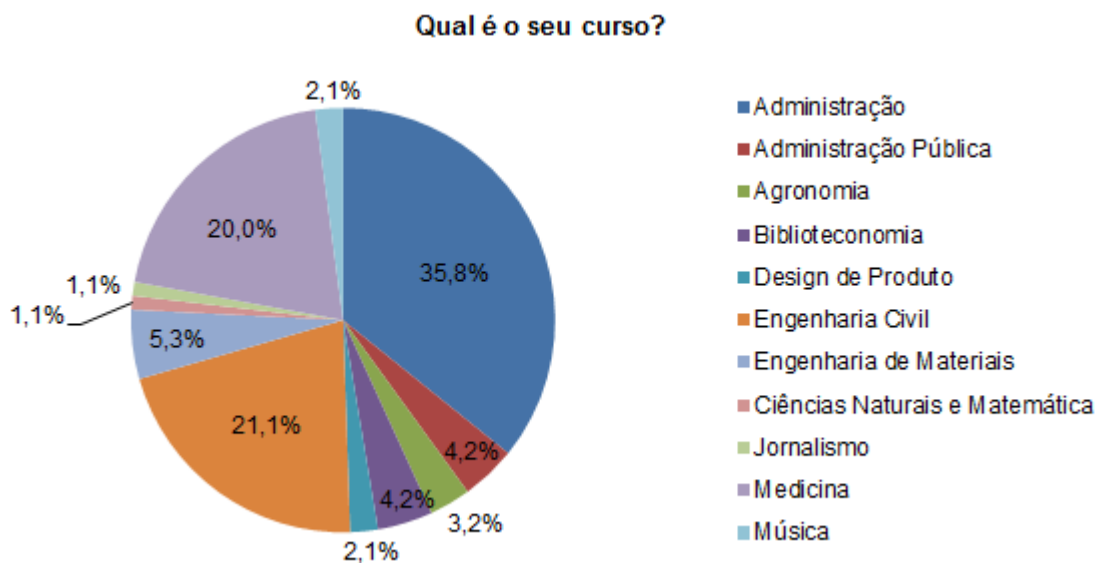
5 ANÁLISE DOS DADOS

5.1 Descrição da amostra

Obteve-se uma amostra com o total de 95 (noventa e cinco) questionários aplicados, todos completamente respondidos, e, portanto, válidos para a pesquisa.

Quanto ao gênero, 58,9% dos respondentes foram do sexo masculino e 41,1% do sexo feminino, que equivale a 56 homens e 39 mulheres. Dentre estes alunos, 35,8% são do curso de Administração, 21,1% do curso de Engenharia Civil e 20% da graduação em Medicina. Os demais cursos que tiveram representações dentre as respostas foram: Engenharia de Materiais (5,3%); Biblioteconomia (4,2%); Administração Pública (4,2%); Agronomia (3,2%); Design de produto (2,1%); Música (2,1%); Jornalismo e Interdisciplinar de Ciências Naturais e Matemática com 1,1%, conforme o Gráfico 1.

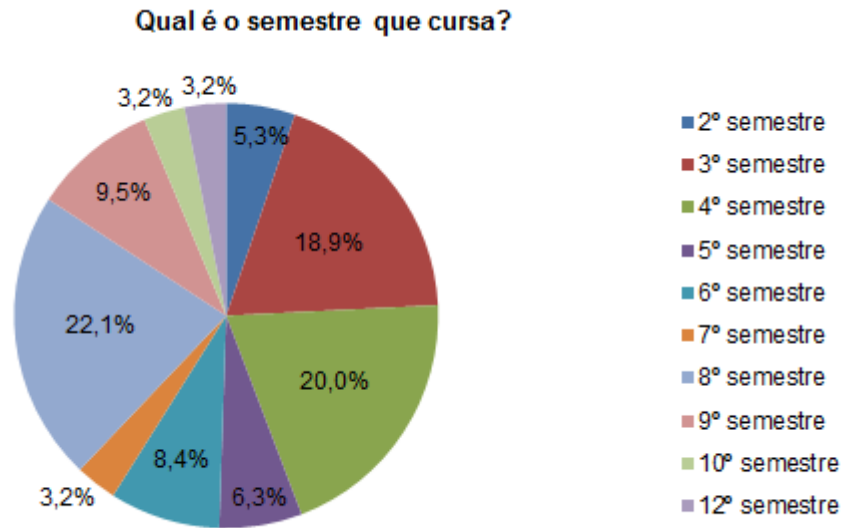
Gráfico 1: Curso de graduação dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Os semestres que tiveram maiores expressividades nas respostas foram o 8º semestre (22,1%), o 4º semestre (20%), o 3º semestre (18,9%) e o 9º semestre com 9,5%, de acordo com o Gráfico 2. Quanto à idade dos respondentes, a predominância foi na faixa etária entre 19 e 24 anos, com a maioria de respostas compreendendo os 20 anos (17,9%), 19 anos (15,8%), 21 e 24 anos com 10,5%.

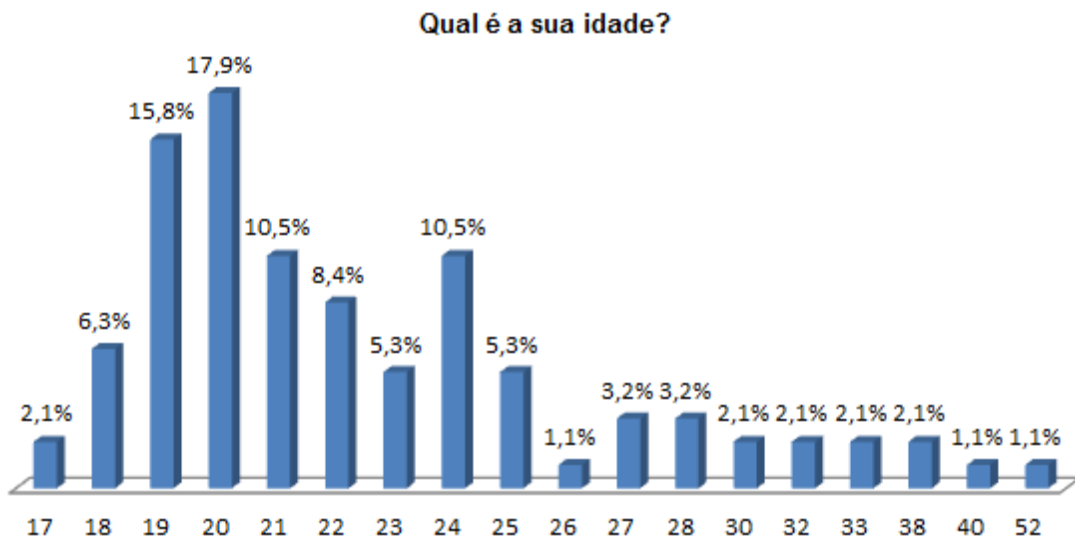
Gráfico 2: Semestre que o aluno cursa



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

O Gráfico 3 esboça todos os percentuais de idade dos respondentes:

Gráfico 3: Idade dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Quanto à experiência profissional dos alunos participantes da pesquisa, 35,8% são bolsista/estagiário, 25,3% nunca trabalharam e 12,6% trabalham por conta de outrem no setor privado. As demais experiências foram representadas por proprietário/sócio de uma empresa /negócio (8,4%), servidor público (5,3%) e 12,6%

em outra situação profissional diferente das apresentadas. O Gráfico 4 ilustra todos esses percentuais:

Gráfico 4: Experiência profissional dos alunos



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Para mensuração da intenção de empreender dos alunos, foi acrescida ao questionário uma pergunta sobre a pretensão do respondente em criar a sua própria empresa/negócio com opções de respostas que consideraram o prazo para esta criação, bem como, a falta deste desejo. O Gráfico 5 mostra os resultados:

Gráfico 5: Intenção de empreender dos alunos



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Conforme o Gráfico 5, 12,6% dos respondentes não possui a intenção de empreender, compreendendo 12 alunos dentre o total da amostra. Desta forma, para efeito de análise será desconsiderado estas respostas, haja vista a problemática inicial do trabalho de buscar entender como as Características Comportamentais Empreendedoras se apresentam em alunos da UFCA que intencionam empreender. Assim, já que o objetivo do trabalho é analisar as CCE's apenas nos discentes que têm a intenção de empreender, bem como naqueles que já empreendem, será considerado para a análise comportamental um total de 83 (oitenta e três) respostas das 95 (noventa e cinco) obtidas inicialmente.

Na próxima etapa de análise dos resultados do trabalho serão abordadas as mensurações das CCE's de acordo com as categorias vistas no referencial teórico, para a compreensão do quantitativo de alunos que são considerados empreendedores segundo a classificação de McClelland (1972) e a relação destes com a intenção de empreender e as demais questões pesquisadas.

5.2 Análise dos dados

De acordo com o instrumento de pesquisa, além da capacidade de mensurar as 10 (Dez) Características Comportamentais Empreendedoras através de assertivas distribuídas pelo questionário, é possível, através do fator de correção, determinar se a pessoa tentou apresentar uma imagem altamente favorável de si mesma e assim, corrigir a pontuação para obter uma avaliação mais precisa. Dentre todas as 95 respostas, 16 precisaram passar pelo fator de correção para maior confiabilidade nas análises. Dentre eles, apenas um manteve a pontuação mínima para a classificação de empreendedor.

Dentre os 12 alunos que não possuem o interesse em empreender, 4 obtiveram a classificação de empreendedor conforme pontuação. A Tabela 1 evidencia a média da pontuação destes respondentes. Para melhor visualização das informações, as nomenclaturas das CCE's foram simplificadas da seguinte maneira:

1. Busca de oportunidades: Oportunidades
2. Persistência: Persistência
3. Comprometimento: Comprometimento
4. Exigência de qualidade e eficiência: Qualidade

5. Correr riscos calculados: Risco
6. Estabelecimento de metas: Metas
7. Busca de informações: Informações
8. Planejamento e monitoramento sistemático: Planejamento
9. Persuasão e rede de contatos: Persuasão
10. Independência e autoconfiança: Independência

Tabela 1: Resultados das CCE's – Alunos sem intenção de empreender

Variável	Menor Valor	Maior Valor	Média
Oportunidades	12	21	16,1
Persistência	14	20	17,1
Comprometimento	13	22	19,0
Qualidade	14	22	18,5
Riscos	12	20	15,9
Metas	16	22	17,9
Informações	16	22	19,2
Planejamento	14	22	17,7
Persuasão	13	20	15,8
Independência	11	20	16,1

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Em relação aos 83 respondentes que possuem a intenção de empreender e que portando, serão úteis as análises fins deste trabalho, obtiveram-se, conforme a Tabela 2 os seguintes resultados de pontuação das CCE's:

Tabela 2: Resultados das CCE's – Alunos com intenção de empreender

Variável	Menor Valor	Maior Valor	Média
Oportunidades	11	22	17,2
Persistência	11	23	16,5
Comprometimento	10	24	18,6
Qualidade	10	23	17,9
Riscos	10	22	16,6
Metas	11	25	19,3
Informações	11	25	18,7
Planejamento	11	23	17,9
Persuasão	9	23	16,0
Independência	10	23	17,7

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Importante lembrar que dentre os 83 respondentes que possuem a intenção de empreender, existe aqueles que são considerados empreendedores e

os que não são considerados, conforme a pontuação mínima necessária de quinze pontos em cada característica para a classificação pelo instrumento utilizado.

Para padronização e análise das estatísticas descritivas, utilizaram-se, conforme a Tabela 3, os seguintes critérios de média e desvio padrão proposto por Ramos (2009):

Tabela 3: Critérios para média e desvio padrão (escala de 1 a 5 pontos)

Medida	Nível	Número de pontos
Critérios para média	Baixo	Até 2,99
	Intermediário	De 3,0 a 3,99
	Elevado	A partir de 4,00
Critérios para o desvio padrão	Baixo	Até 0,80
	Intermediário	De 0,81 a 1,00
	Elevado	Acima de 1,01

Fonte: Ramos (2009)

Na categoria Realização, que compreende as características: Busca de oportunidades; Exigência de qualidade e eficiência; Persistência e Independência e autoconfiança, obteve-se os resultados de acordo com as tabelas abaixo. A característica busca de oportunidade apresentou médias entre intermediário (3,58) e elevado (4,41) e apenas um item ('Gosto de desafios e novas oportunidade') com desvio padrão elevado (1,02). A menor dispersão do desvio (0,66) ocorreu no item ('Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas'). A maior média (4,41) foi também no item ('Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas'). Ver Tabela 4.

Tabela 4: Busca de oportunidades

Item	Média	Desvio Padrão
01) Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas	4,41	0,66
12) Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham de me pedir	3,75	0,94
23) Gosto de desafios e novas oportunidades	4,00	1,02
34) Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro	4,07	0,71
45) Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes das que fiz no passado	3,58	0,86

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Quanto à dimensão exigência de qualidade e eficiência, todos os itens tiveram médias intermediárias, variando entre 3,45 (menor média) e 3,99 (maior média). No critério desvio, dois itens foram nível intermediário e os demais elevados, conforme a Tabela 5:

Tabela 5: Exigência de qualidade e eficiência

Item	Média	Desvio Padrão
04) Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente	3,84	1,06
15) Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho	3,45	0,89
26) Aborreço-me quando perco tempo	3,99	1,01
37) Nunca fico totalmente satisfeito com a forma como são feitas as coisas; sempre considero que há uma maneira melhor de fazê-las	3,52	1,06
48) Encontro a maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quanto no trabalho	3,55	0,84

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A dimensão persistência obteve quanto à média, três itens de nível baixo e dois de nível intermediário. A maior média foi a da assertiva 24. Quanto ao desvio padrão, dois itens em nível intermediários e três de nível baixo. Ver Tabela 6.

Tabela 6: Persistência

Item	Média	Desvio Padrão
02) Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução	2,94	0,79
13) Insisto várias vezes para conseguir que as outras pessoas façam o que desejo	2,99	0,93
24) Quando algo se interpõe entre o que eu estou tentando fazer, persisto em minha tarefa	3,99	0,76
35) Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras atividades	2,51	0,79
46) Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção de minhas metas	3,61	0,82

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Os itens relativos à independência e autoconfiança não apresentaram médias elevadas, variando de baixo a intermediário. A menor média foi a do item 21 (2,49), item reverso da dimensão. Da mesma forma o desvio padrão apresentou apenas níveis baixo (0,72) e intermediário, sendo a assertiva 43 a menor dispersão (0,72) e o item 32 o maior desvio (0,94). A Tabela 7 mostra esses valores:

Tabela 7: Independência e autoconfiança

Item	Média	Desvio Padrão
10) Tenho confiança que posso ser bem-sucedido em qualquer atividade que me proponha executar	3,71	0,85
21) Mudo a maneira de pensar se outros discordam energicamente dos meus pontos de vistas	2,49	0,85
32) Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em meu sucesso	3,60	0,94
43) O trabalho que realizo é excelente	3,67	0,72
54) Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando as outras pessoas se opõem energicamente	3,70	0,89

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

As tabelas abaixo detalham a categoria Planejamento e Resolução de problemas, composta pelas características: Correr riscos calculados; Busca de informações; Estabelecimento de metas e Planejamento e monitoramento sistemático. No constructo correr riscos calculado, as médias mantiveram-se nos níveis baixo e intermediário, com a maior sendo o item 5 (3,98) e a menor o item 49 ('Faço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas') com 2,93. Apenas o desvio do item 49 foi elevado, os demais se mantiveram no nível intermediário, porém, bem próximo ao limite, conforme Tabela 8:

Tabela 8: Correr rcos calculados

Item	Média	Desvio Padrão
05) Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final	3,98	1,00
16) Envolve-me com algo novo só depois de ter feito todo o possível para assegurar o seu êxito	3,48	1,00
27) Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar atuar	3,63	0,97
38) Executo tarefas arriscadas	2,95	0,91
49) Faço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas	2,93	1,05

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Na dimensão busca de informações, apenas o item reverso ('Tomo decisões sem perder tempo buscando informações') apresentou média de nível baixo (2,18), as demais foram de nível intermediário. Todos os desvios padrão apresentaram nível intermediário, variando de 0,85 do item 40 ('Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me de que entendi o que quer') a 0,96 do item 18 ('Procuro conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando'). Ver Tabela 9.

Tabela 9: Busca de informações

Item	Média	Desvio Padrão
07) Quando começo uma tarefa ou projeto novo, colete todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele	3,78	0,88
18) Procuo conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando	3,86	0,96
29) Tomo decisões sem perder tempo buscando informações	2,18	0,94
40) Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me de que entendi o que quer	3,96	0,85
51) Conto com várias fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos	3,78	0,87

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A característica estabelecimento de metas apresentou grande variação entre os três níveis de média, sendo o item reverso 17 ('Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei da minha vida') a menor média (1,24) e o item ('Gosto de pensar no futuro') a maior (4,41). Quanto ao desvio, dois itens ficaram com nível baixo e os demais em nível elevado. O maior desvio foi no item 28 ('Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito'), conforma Tabela 10:

Tabela 10: Estabelecimento de metas

Item	Média	Desvio Padrão
06) Gosto de pensar no futuro	4,41	0,78
17) Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei da minha vida	1,24	0,62
28) Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito	3,78	1,08
39) Conto com um plano claro de vida	3,22	1,02
50) Preocupo-me tanto em alcançar minhas metas semanais quanto minhas metas anuais	3,61	1,06

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Na dimensão planejamento e monitoramento sistemático as médias variaram de intermediário a elevado, com a menor sendo a do item reverso 41 (3,06) e a maior (4,20) do item 52 ('Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro'). Houve uma assertiva (item 52) com desvio no nível baixo (0,79), três intermediário (itens 19, 30 e 41) e um único item ('Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples') de desvio elevado (1,04). Esses valores estão na Tabela 11.

Tabela 11: Planejamento e monitoramento sistemático

Item	Média	Desvio Padrão
08) Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples	3,80	1,04
19) Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa	4,04	0,86
30) Trato de levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que faria caso sucedam	3,41	0,91
41) Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os	3,06	1,00
52) Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro	4,20	0,79

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A categoria Influência (Relação com as pessoas) é composta pelas características Comprometimento e Persuasão e redes de contato. Quanto a CCE comprometimento, dois itens (25 e 47) foram intermediários e os demais elevados. A maior média (4,41) foi no item ('Sou fiel às promessas que faço'). Quanto ao desvio, dois itens foram de nível elevado, o maior deles sendo (1,19) da assertiva ('Se necessário, não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega'). Os demais itens (03, 14 e 36) foram de nível baixo, sendo o menor deles (0,68) do item ('Sou fiel às promessas que faço'), de acordo com a Tabela 12:

Tabela 12: Comprometimento

Item	Média	Desvio Padrão
03) Termine meu trabalho a tempo	4,35	0,72
14) Sou fiel às promessas que faço	4,41	0,68
25) Se necessário, não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega	3,39	1,19
36) Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço de forma especial, para que fique satisfeita com o trabalho	4,31	0,80
47) Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entregas de trabalho determinadas por mim	3,36	1,05

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A dimensão persuasão e redes de contato apresentam dois itens (o item reverso 20 e o item 53) com nível baixo, dois itens (09 e 31) com nível intermediário e um item ('Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema') de nível elevado (4,0). Quanto ao desvio padrão, dois itens (09 e 53) apresentaram desvio de nível baixo, um item (42) de nível intermediário (0,87) e dois itens (20 e 31) de nível elevado, sendo o maior

desvio (1,15) o da assertiva 31 ('Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas'), conforme a Tabela 13 abaixo:

Tabela 13: Persuasão e redes de contato

Item	Média	Desvio Padrão
09) Consigo que os outros apóiem minhas recomendações	3,47	0,72
20) Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas	2,90	1,03
31) Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas	3,05	1,15
42) Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema	4,00	0,87
53) Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar	2,86	0,77

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

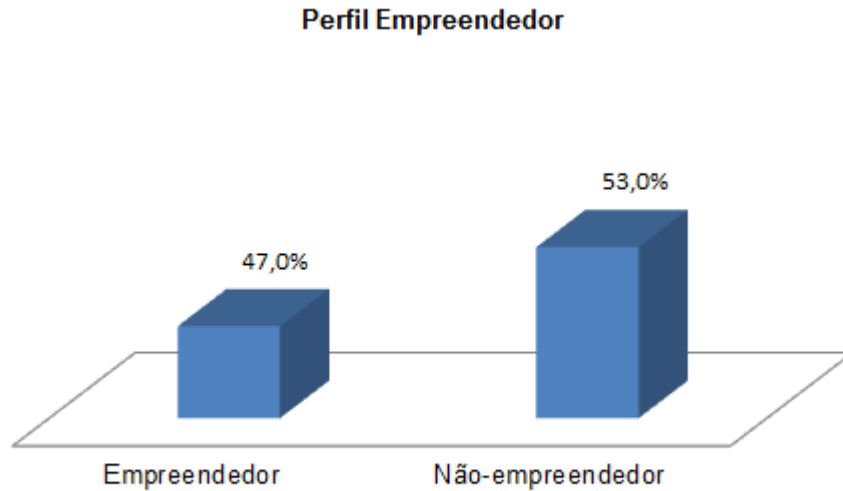
Nesta próxima etapa será evidenciado o quantitativo de alunos classificados como empreendedores e não empreendedores, as médias das CCE's destes e as comparações entre o perfil comportamental apresentado e as relações com a intenção de empreender. Esta análise é fundamental para responder a problemática inicial do trabalho e contemplar os objetivos estabelecidos.

5.3 Análise comparativa

Dentre os 83 (oitenta e três) alunos da amostra (respondentes com intenção de empreender) 47,0% foram considerados empreendedores e 53,0% não empreendedores, de acordo com a classificação do perfil empreendedor de McClelland (1972). O quantitativo foi de 39 (trinta e nove) alunos considerados empreendedores, ou seja, todas as CCE's atingiram no mínimo 15 (quinze) pontos, e 44 (quarenta e quatro) alunos considerados não empreendedores, por não atingirem em alguma das CCE's a pontuação mínima necessária (15 pontos). Ver Gráfico 6.

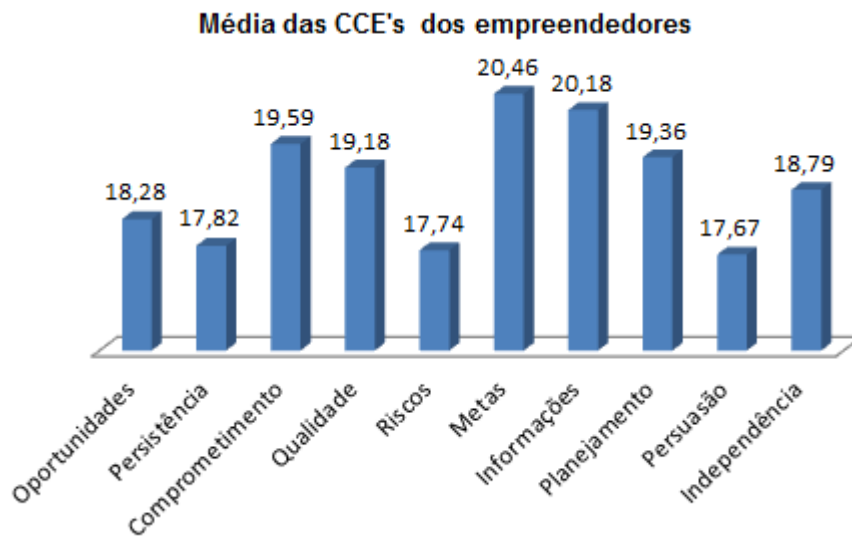
Dentre os empreendedores, as variações das médias das CCE's foram maiores que as dos não empreendedores, entretanto, todas as médias destes atingiram pontuação acima de 17 (dezessete) pontos. Estabelecimento de metas teve a maior média apresentada (20,46), seguida de busca de informações (20,18) e comprometimento (19,59). As menores médias registradas foram persuasão e redes de contatos (17,67), correr riscos calculados (17,74) e persistência (17,82). O Gráfico 7 mostra esses resultados.

Gráfico 6: Classificação do perfil empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

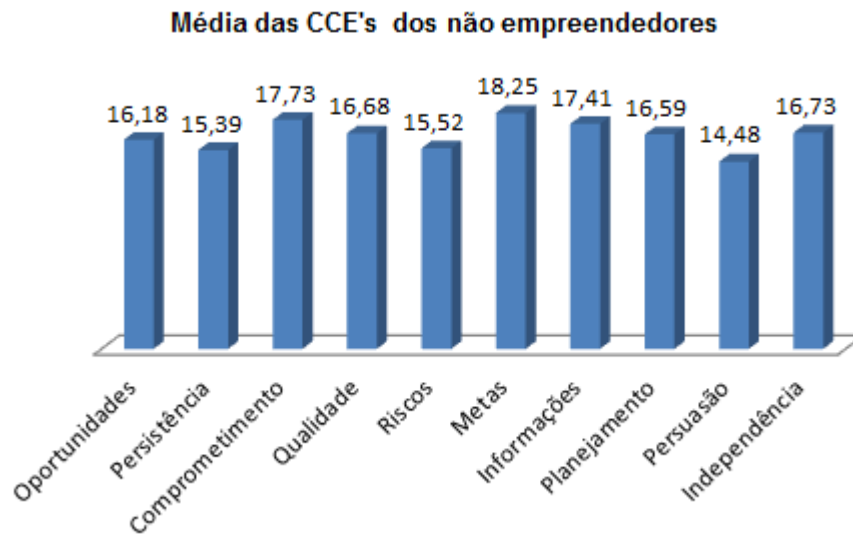
Gráfico 7: Média das CCE's dos empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Quanto aos considerados não empreendedores, a média apresentou uma menor variação, sendo a CCE persuasão e rede de contatos a menor média (14,48), seguido de persistência (15,39) e da característica correr ricos calculados (15,52). A maior média registrada foi o estabelecimento de metas (18,25), acompanhado de comprometimento (17,73) e busca de informações (17,41), como evidenciado no Gráfico 8. Ressalta-se que entre os empreendedores e os não empreendedores as maiores e menores médias registradas pertencem às mesmas características.

Gráfico 8: Média das CCE's dos não empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

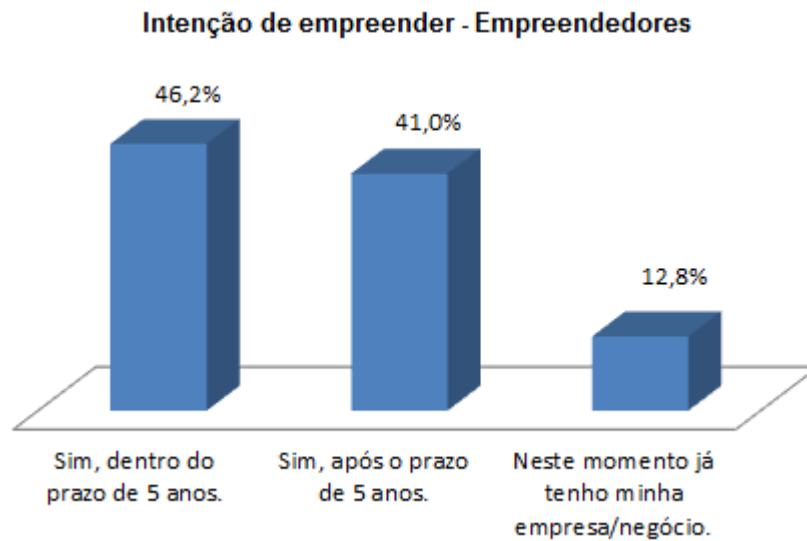
Por fim, apresentam-se as figuras abaixo para visualização da relação entre o perfil empreendedor, mensurado pelas 10 (dez) CCE's, com a questão da intenção em empreender.

Dentre os empreendedores, quando indagados sobre a intenção de empreender, dezoito alunos (46,2%) responderam que 'Sim, dentro do prazo de 5 anos', dezesseis alunos (41,0%) possuem a intenção para empreender após o prazo de 5 anos, e cinco alunos (12,8%) disseram que 'Neste momento já tenho minha empresa/negócio', evidenciando também a intenção de empreender, no entanto, já em prática. O Gráfico 9 apresenta os percentuais destes resultados.

Dentre os considerados não empreendedores, nove alunos (20,5%) apresentaram a intenção de empreender dentro do prazo de cinco anos, trinta e quatro alunos (77,3%) também possuem a intenção de empreender, mas após o prazo de cinco anos, e um aluno (2,3%) tem a intenção por já possuir a sua própria empresa/negócio no período da pesquisa. O Gráfico 10 apresenta os percentuais destes resultados.

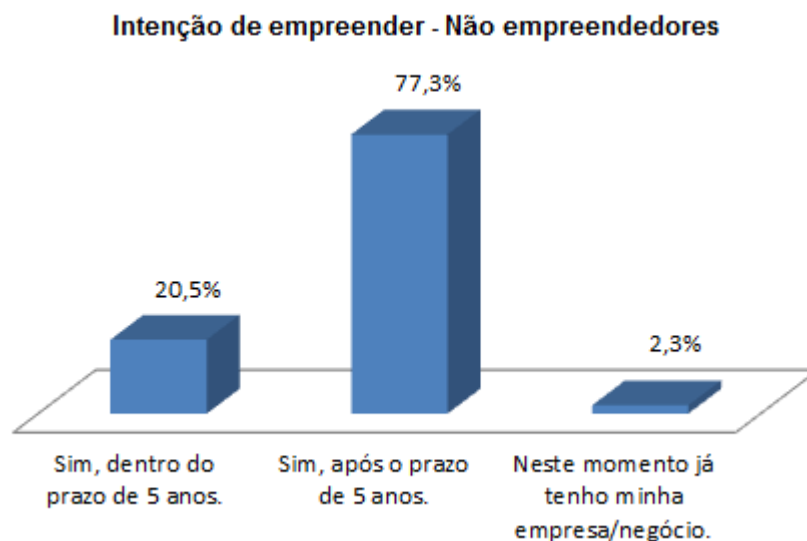
O prazo de 5 (cinco) anos para empreender estabelecido nas alternativas foi inserido com a intenção de criar um parâmetro de tempo que pudesse contemplar na pesquisa alunos de diferentes faixas de idade, bem como os alunos de início e fim da graduação, visto o tempo médio de 5 anos de duração dos cursos e os possíveis planejamento de iniciar empreendimentos ao final do curso de graduação.

Gráfico 9: Intenção de empreender – Empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Gráfico 10: Intenção de empreender – Não empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Respondendo à pergunta de partida sobre como as CCE's se apresentam nos alunos que intencionam empreender, constatou-se que mais da metade desses respondentes (53,0%) não possuem as Características Comportamentais Empreendedoras propostas por McClelland (1972) necessárias para um perfil empreendedor. Dentre estes, a maioria dos alunos (77,3%) pretendem empreender após o prazo de cinco anos. Quanto aos que possui o perfil empreendedor (47,0%), a maioria dos graduandos (46,2%) pretende empreender dentro de cinco anos.

6 CONCLUSÕES

A problemática central deste trabalho foi buscar compreensão sobre o perfil empreendedor de estudantes de graduação da Universidade Federal do Cariri que possuem a intenção de empreender, através da aplicação do instrumento de pesquisa para mensuração das Características Comportamentais Empreendedoras de McClelland (1972), e consequente classificação do perfil para relacionar com o levantamento das intenções empreendedoras e os respectivos prazos.

De acordo com a análise descritiva observou-se que os discentes considerados empreendedores apresentaram de maneira geral algumas características de comportamento com desenvolvimento mais acentuado que outras, diferentemente do padrão uniforme de média apresentado nos alunos não classificados como empreendedores.

Os indivíduos empreendedores pesquisados, de fato, apresentaram elevada intenção de empreender, tanto para um prazo após o período de 5 (cinco) anos, como dentro desse período, visto que as faixas de idade mais representadas na amostra foram as de 19 a 21 anos, seguido da faixa entre 22 e 25 anos. Além disso, os semestres mais registrados na amostra foram o 3º (terceiro) e 4º (quarto) e o 8º (oitavo) e 9º (nono) semestre. Para os indivíduos sem as CCE's bem desenvolvidas, o maior percentual foi de intenção de empreender após o prazo de 5 (cinco) anos, apresentando contudo, intenções dentro desse período, bem como, alunos que já empreendem.

Estes resultados, apesar de não poderem ser generalizados em virtude da amostra pesquisada, evidencia que há uma determinada parcela de estudantes que possuem a intenção de empreender, nos mais diferentes cursos de graduação da UFCA, conforme as elevadas representações na amostra dos cursos de Administração, Engenharia civil e Medicina, mas que, no entanto, mais da metade desses alunos não possuem características empreendedoras bem desenvolvidas. Assim sendo, é necessário repensar a importância da universidade na garantia da formação complementar dos alunos através do desenvolvimento de ações que contemplem a educação empreendedora e ofereça a oportunidade de construção de uma nova realidade para os discentes com tais pretensões, visto a importância do empreendedorismo na formação profissional, para a região e para sociedade como um todo conforme apresentado nesta monografia.

Importante ressaltar que embora alguns cursos, como Administração, já possuam em sua matriz curricular a disciplina de empreendedorismo, no entanto, determinadas iniciativas durante o decorrer do curso podem ser fundamentais para o desenvolvimento do fator comportamental, visto as limitações de uma disciplina em decorrência de fatores como tempo, horários e disponibilidade. Dessa forma, faz-se importante o desenvolvimento de ações programadas de modo contínuo que permitam ao aluno a experiência prática com a gestão de negócios, tendo em vista o melhor desenvolvimento de Características Comportamentais Empreendedoras que este tipo de aprendizado estimula.

Este trabalho, portanto, cumpre seu objetivo ao buscar relacionar tais características com intenções empreendedoras e assim contribuir em uma discussão que se inicia no meio acadêmico e tem sua concepção plena na esfera prática do mercado de trabalho. Evidenciando que a temática do empreendedorismo requer especial atenção da universidade e dos programas de bolsas quando exige maior articulação entre estas e a esfera privada, através de indústrias e comércio, para a efetivação de parcerias conjuntas que envolvam os alunos e criem melhores perspectivas de aprendizado.

As limitações do trabalho são referentes à impossibilidade de generalizar os resultados para todo o âmbito da universidade, tendo em vista a amostra coletada não ser estatisticamente suficiente para ser considerada probabilística, em virtude dos empecilhos da aplicação do questionário online de forma aleatória para todos os campi da UFCA, haja vista a falta de confiabilidade quanto à utilização dos e-mails, informados pelos alunos, que estão cadastrados na universidade.

Sugere-se para pesquisas futuras utilizar uma amostragem probabilística e estratificada pelos cursos, para que se tenha uma noção de perfil empreendedor e intenção de empreender da universidade como um todo para que seja possível o cruzamento de informações entre os cursos de graduação, em busca de resultados mais detalhados que ajudem na orientação de ações adequadas às especificidades de cada curso de graduação.

O instrumento de McClelland (1972) foi utilizado devido à ênfase que foi dada a natureza comportamental da temática, entretanto, outras dimensões podem ser incluídas na composição do perfil empreendedor de forma a contemplar demais características através de estudos, testes e validação de escalas de mensuração. Este procedimento seria de importante contribuição para o campo teórico do tema.

REFERÊNCIAS

BAQUIT, S. H. C; CAMARA, S. F; JUNIOR, E. P. L. O Sucesso do Empreendedorismo Social e de Negócios da Cooperativa Pirambu Digital em Fortaleza/CE. ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 6., 2010. EGEPE. Recife. **Anais**. 2010.

BATISTA, Cristiane. **Estudo comparativo do desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos alunos da disciplina de Empreendedorismo durante o primeiro semestre letivo de 2004 nos cursos de Administração e Turismo & Lazer da FURB – Santa Catarina/Brasil**. Blumenau, 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau.

BOAVA, D. L. T; MACEDO, F. M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. ENCONTRO DA ANPAD. 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: EnANPAD, 2006.

BOM ÂNGELO, Eduardo. **Empreendedor corporativo: a nova postura de quem faz a diferença**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CAMPOS, E. V. de. **As características do comportamento empreendedor**. Guaíba: ULBRA, 2007.

CHIEH, Nelson. **Intra-empendedorismo: Um estudo de caso sobre o entendimento e a aplicação dos fundamentos organizacionais associados ao termo**. 2007. Dissertação (Mestrado em administração) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2007.

DEGEN, R. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 6 ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30ª ed. rev. e atual. – São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, abril/junho 1999.

GASPAR, Fernando Antônio da Costa. O estudo do empreendedorismo e a relevância do capital de risco. In: XIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica. **Anais...** Lugo (Galiza), 14 fev. 2003.

GLOBAL ENTREPRENEUSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2011: Relatório Executivo**. IBPQ: 2012.

____. **Empreendedorismo no Brasil 2014**: Relatório Executivo. IBPQ: 2015.

____. **Empreendedorismo no Brasil 2015**: Relatório Executivo. IBPQ: 2016.

HENRIQUE, D. C; CUNHA, S. K. **Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais**. Revista de Administração Mackenzie. V.9, n. 5, 2008, p. 112-136.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 5ed. São Paulo: Atlas, 2000.

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

PAIVA JR., F. G. **O Empreendedorismo na Ação de Empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz**. Tese (Doutorado). CEPEAD, Faculdade de Ciências Econômicas – FACE, UFMG, Belo Horizonte, 2004.

PINCHOT, G. (1989). **Intrapreneuring**: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra.

RAMOS, R. R. **Experiência do cliente no ponto de venda varejista**. 2009. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2009.

SANTOS, P.C.F; MINUZZI, J; CRUZ, N.J.T. O Ensino do Empreendedorismo nos Cursos de Administração: Sugestões a Partir do Perfil Empreendedor de Estudantes Alagoanos e Catarinenses. I Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade. **Anais...** Recife: EnEPQ, 2007.

SANTOS, P.C.F. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. 2008. 364 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SCHMIDT, S; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional**. RAC, Curitiba, V.13, n. 3, 2009, p. 450-467.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Criação e Desenvolvimento de Novas Empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em 25 Out. 2015.

SOUZA, E; MENEZES, R; OLIVEIRA, K; FROTA, L; CARNEIRO, M. **Comportamento empreendedor e crescimento de empresas**: Uma análise Comparativa. Ceara: Scientia. Ano 01. 2 ed., 2013.

VEIT, M.; GONÇALVES-FILHO, C.F.; GONÇALVES, C.A.; MONTEIRO, P.R.;
SOUKI, G. Q. Mensuração do Perfil do Potencial Empreendedor: Desenvolvimento
de uma Escala no Cenário Brasileiro. IV Encontro de Estudos em Estratégia.
Anais... Recife: ANPAD, 2009.

ANEXO**QUESTIONÁRIO PADRÃO – AUTO AVALIAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS
COMPORTAMENTAIS DOS EMPREENDEDORES (CCES)**

1. Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas ()
2. Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução ()
3. Termino meu trabalho a tempo ()
4. Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente ()
5. Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final ()
6. Gosto de pensar no futuro ()
7. Quando começo uma tarefa ou projeto novo, colete todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele ()
8. Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples ()
9. Consigo que os outros apoiem minhas recomendações ()
10. Tenho confiança que posso ser bem-sucedido em qualquer atividade que me proponha executar ()
11. Não importa com quem fale, sempre escuto atentamente ()
12. Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham de me pedir ()
13. Insisto várias vezes para conseguir que as outras pessoas façam o que desejo ()
14. Sou fiel às promessas que faço ()
15. Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho ()
16. Envolve-me com algo novo só depois de ter feito todo o possível para assegurar o seu êxito ()
17. Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei da minha vida ()

18. Procuro conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando ()
19. Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa ()
20. Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas ()
21. Mudo a maneira de pensar se outros discordam energicamente dos meus pontos de vistas ()
22. Aborreço-me quando não consigo o que quero ()
23. Gosto de desafios e novas oportunidades ()
24. Quando algo se interpõe entre o que eu estou tentando fazer, persisto em minha tarefa ()
25. Se necessário, não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega ()
26. Aborreço-me quando perco tempo ()
27. Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar atuar ()
28. Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito ()
29. Tomo decisões sem perder tempo buscando informações ()
30. Trato de levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que faria caso sucedam ()
31. Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas ()
32. Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em meu sucesso ()
33. Tive fracassos no passado ()
34. Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro ()
35. Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras atividades ()

36. Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço de forma especial, para que fique satisfeita com o trabalho ()
37. Nunca fico totalmente satisfeito com a forma como são feitas as coisas; sempre considero que há uma maneira melhor de fazê-las ()
38. Executo tarefas arriscadas ()
39. Conto com um plano claro de vida ()
40. Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me de que entendi o que quer ()
41. Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os ()
42. Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema ()
43. O trabalho que realizo é excelente ()
44. Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas ()
45. Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes das que fiz no passado ()
46. Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção de minhas metas ()
47. Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entregas de trabalho determinadas por mim ()
48. Encontro a maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quanto no trabalho
49. Faço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas ()
50. Preocupo-me tanto em alcançar minhas metas semanais quanto minhas metas anuais ()
51. Conto com várias fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos ()
52. Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro ()

53. Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar ()
54. Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando as outras pessoas se opõem energicamente ()
55. Quando desconheço algo, não hesito em admiti-lo ()

Obrigado!

Fonte da versão em português: BATISTA, Cristiane (2004).

MENSURAÇÃO DAS CCE's

As operações entre as pontuações são feitas de acordo com a Figura 1:

Figura 1 – Mensuração das CCE's

Avaliação das afirmações	Pontuação	CCEs
$\frac{\quad}{(1)} + \frac{\quad}{(12)} + \frac{\quad}{(23)} - \frac{\quad}{(34)} + \frac{\quad}{(45)} + 6 = \underline{\quad}$		Busca de oportunidades e iniciativa
$\frac{\quad}{(2)} + \frac{\quad}{(13)} + \frac{\quad}{(24)} - \frac{\quad}{(35)} + \frac{\quad}{(46)} + 6 = \underline{\quad}$		Persistência
$\frac{\quad}{(3)} + \frac{\quad}{(14)} + \frac{\quad}{(25)} + \frac{\quad}{(36)} - \frac{\quad}{(47)} + 6 = \underline{\quad}$		Comprometimento
$\frac{\quad}{(4)} + \frac{\quad}{(15)} + \frac{\quad}{(26)} + \frac{\quad}{(37)} + \frac{\quad}{(48)} + 0 = \underline{\quad}$		Exigência de qualidade e eficiência
$\frac{\quad}{(5)} + \frac{\quad}{(16)} + \frac{\quad}{(27)} - \frac{\quad}{(38)} + \frac{\quad}{(49)} + 6 = \underline{\quad}$		Correr riscos calculados
$\frac{\quad}{(6)} - \frac{\quad}{(17)} + \frac{\quad}{(28)} + \frac{\quad}{(39)} + \frac{\quad}{(50)} + 6 = \underline{\quad}$		Estabelecimento de metas
$\frac{\quad}{(7)} + \frac{\quad}{(18)} - \frac{\quad}{(29)} + \frac{\quad}{(40)} + \frac{\quad}{(51)} + 6 = \underline{\quad}$		Busca de informações
$\frac{\quad}{(8)} + \frac{\quad}{(19)} + \frac{\quad}{(30)} - \frac{\quad}{(41)} + \frac{\quad}{(52)} + 6 = \underline{\quad}$		Planejamento e monitoramento sistemático
$\frac{\quad}{(9)} - \frac{\quad}{(20)} + \frac{\quad}{(31)} + \frac{\quad}{(42)} + \frac{\quad}{(53)} + 6 = \underline{\quad}$		Persuasão e rede de contatos
$\frac{\quad}{(10)} - \frac{\quad}{(21)} + \frac{\quad}{(32)} + \frac{\quad}{(43)} + \frac{\quad}{(54)} + 6 = \underline{\quad}$		Independência e autoconfiança
$\frac{\quad}{(11)} - \frac{\quad}{(22)} - \frac{\quad}{(33)} - \frac{\quad}{(44)} + \frac{\quad}{(55)} + 18 = \underline{\quad}$		Fator de correção

Fonte: BATISTA, Cristiane (2004).

Fator de correção

- O fator de correção (o total da soma das respostas 11, 22, 33, 44 e 55) é utilizado para determinar se a pessoa tentou apresentar uma imagem altamente favorável de si mesma. Se o total dessa soma for maior que 20, então o total da pontuação das 10 CCEs deve ser corrigido para poder dar uma avaliação mais precisa da pontuação das CCEs do indivíduo.
- Empregue os seguintes números para fazer a correção da pontuação:

Se o total for:	Subtrair a seguinte pontuação:
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

- No passo seguinte você poderá fazer as correções necessárias.

	Total – Fator Correção = Total Corrigido
Busca de oportunidades	_____ - _____ = _____
Persistência	_____ - _____ = _____
Comprometimento	_____ - _____ = _____
Exigência de qualidade e eficiência	_____ - _____ = _____
Correr riscos calculados	_____ - _____ = _____
Estabelecimento de metas	_____ - _____ = _____
Busca de informações	_____ - _____ = _____
Planej. e monitoramento sistemático	_____ - _____ = _____
Persuasão e rede de contatos	_____ - _____ = _____
Independência e autoconfiança	_____ - _____ = _____

Fonte: Adaptado de BATISTA, Cristiane (2004).