

AUTO-PERCEPÇÃO DO PERFIL MCCLELLAND: UM ESTUDO DE CASO EMPRETEC MANHUAÇU

Giovani Cota Fonseca¹
Cristiana Fernandes de Muylder²

Resumo: Este artigo tem por objetivo verificar, por meio da aplicação do questionário McClelland, se os empreendedores percebem melhorias no seu perfil empreendedor após treinamento específico. O treinamento estudado denominado EMPRETEC, foi baseado em McClelland, um dos idealizadores do curso que se propõe em treinar empresários sobre o tema empreendedorismo. Esta pesquisa visa medir a percepção de aprendizagem e possível melhoria comportamental do empreendedor com um prazo significativo após o treinamento. Para tanto, realizou-se uma pesquisa exploratória quantitativa com os participantes de um *workshop* EMPRETEC realizado na cidade de Manhuaçu (MG), entre 19 e 27 de julho de 2008, em que foi utilizada a totalidade dos 31 participantes. Este estudo pode verificar que os empreendedores perceberam melhoria no seu comportamento empreendedor e relacionam este fato ao treinamento realizado.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Aprendizagem; Perfil McClelland; EMPRETEC.

Abstract: This article aims to verify if entrepreneur realizes benefits after EMPRETEC course using the McClelland model. The training called EMPRETEC was based on McClelland study and proposes to see if the person could learn about entrepreneurship. This article shows the entrepreneur perception about the training effects after a period of the course. The method adopted was a quantitative exploratory research with all the participants of a *workshop* held in Manhuaçu/MG city. The course occurred between 19 and 27 July of 2008 and included 31 participants. This study verified that the entrepreneurs noticed a better entrepreneurial behavior and related this fact to the training EMPRETEC.

Keywords: Entrepreneurship; Learning; McClelland Model; EMPRETEC.

1 INTRODUÇÃO

São várias as formas de definir o termo empreendedorismo, mesmo nas distintas áreas do conhecimento. Alguns autores interpretam que o referido termo relaciona-se a modismos. Dentre estes, pode-se citar o trabalho desenvolvido por Silva (2003), que em função de estar

¹ Mestrando do Programa de Mestrado da Faculdade Novos Horizontes. Email: giovani.fonseca@mestrado.unihorizontes.br

² Doutora em Economia Aplicada e Mestre em Economia Rural pela Universidade Federal de Viçosa. Especialista em Sistemas de Informação e Planejamento estratégico pela PUC-Minas. Bacharel em Ciência da Computação pela PUC-Minas. É professora titular e pesquisadora da Faculdade Novos Horizontes. Participa dos Grupos de Pesquisa NURTEG e NUPEC da Faculdade Novos Horizontes. Seu interesse de pesquisa está relacionado aos temas: competitividade, inovação e estratégia. É professora adjunto do Centro Universitário UNA onde desde 1997 trabalha com pós-graduação e graduação em disciplinas relacionadas à Sistemas de Informação e Banco de Dados. Como analista de sistemas atuou como DBA Oracle e analista de negócios em indústrias. Email: crism@unihorizontes.br

assentado em bases empíricas e pouco fundamentadas, entende que o empreendedorismo se resume a elaboração de planos de negócios. Por sua vez, Shane e Venkataraman (2000, p. 219), explicitam que o empreendedorismo pode ser visto como:

[...] área de negócios, busca entender como surgem as oportunidades para criar algo novo, e como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos, que a seguir, usam meios diversos para explorar ou desenvolver estas novidades, produzindo uma ampla gama de efeitos.

Diferentes abordagens acerca do termo empreendedor surgiram de conceitos anteriores como a visão clássica de Say que colocava-o como um transferidor de recursos de setor de baixa para alta produtividade e rendimento (BOAVA; MACEDO, 2006), ou como na visão de Schumpeter (1985), que tratava da destruição criativa, gerando novas combinações dos meios produtivos. McClelland (1972) que conceituou e testou a questão comportamentalista, objetivou identificar fatores psicológicos e culturais que levava certas pessoas a ter motivação para realizar algo.

A teoria de McClelland (1961) é fundamentada na motivação psicológica e direcionada por três necessidades básicas:

- Necessidade de realização: o indivíduo necessita por à prova seus limites, fazer um bom trabalho e mensurar as realizações pessoais. Pessoas com alta necessidade de realização são aquelas que procuram mudanças em suas vidas, estabelecem metas realistas e realizáveis e colocam-se em situações competitivas. Seus estudos comprovaram que a carência de realização é a primeira identificada entre os empreendedores bem sucedidos. A necessidade de realização, neste contexto impulsiona as pessoas a iniciar e a construir um empreendimento.

- Necessidade de afiliação: ocorre quando há alguma evidência sobre a preocupação em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas.

- Necessidade de poder: caracterizada principalmente pela forte preocupação em exercer autoridade sobre os outros, de executar ações poderosas.

Diante deste cenário, que remete à reflexão dos significados e correntes de pensamento acerca do tema empreendedorismo é que se baseia esta pesquisa.

O foco desta pesquisa consistiu em elucidar a questão: **O empreendedor consegue melhores resultados nos negócios se tiver se especializado?**

O treinamento específico que foi usado como fato gerador de conhecimento é aquele oferecido nos cursos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) que propicia a vivência empreendedora e que resulta em uma capacitação focada na melhoria de seu perfil durante 80 horas, denominado EMPRETEC (Programa de Desenvolvimento de Empreendedores). Este curso possui a chancela do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e é aplicado em todo o Brasil, para verificar se os empreendedores participantes pesquisados conseguem gerar melhoria em seu comportamento empreendedor do que os anteriormente experimentados pelos participantes.

O objetivo da pesquisa foi averiguar se os empresários, após passarem por *workshop* de capacitação empreendedora, percebem uma melhora em seu perfil empreendedor, baseado no questionário McClelland, aplicado 120 dias após a realização do treinamento.

Para tanto foi empregado como referência o *workshop* realizado em Manhuaçu, no período de 19 a 27 de julho de 2008, quando todos os participantes foram convidados a responder um questionário inominado, como o objetivo de relacionar sua autoavaliação após o *workshop* de 80 horas.

Especificamente, a pesquisa buscou:

- a) Identificar o perfil dos empreendedores conforme perfil McClelland;
- b) Verificar se o empreendedor percebe melhoria no comportamento empreendedor pós *workshop* EMPRETEC.

2 METODOLOGIA

Pretendeu-se elucidar o caminho traçado da pesquisa. Tendo como uma das premissas básicas de um trabalho científico a sua verificação e sua veracidade, torna-se imperioso definir um método que possibilite chegar a este conhecimento. Segundo Gil (1999) método é o “caminho para se chegar a determinado fim e método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para atingir o conhecimento”.

A pesquisa baseou-se em estudo de caso de caráter exploratório quantitativo e contou com toda a população de empreendedores inscritos no *workshop* denominado EMPRETEC da cidade de Manhuaçu realizado de 19 a 27 de julho de 2008.

De acordo com Yin (2001) esta é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto, haja vista que o intuito deste estudo enseja a observação da dinâmica empreendedora na cidade de Manhuaçu, a partir dos participantes.

Segundo Vergara (2003) a pesquisa de campo é uma investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Esse autor menciona ainda que o estudo de campo tende a utilizar muito mais técnicas de observação do que interrogação, podendo gerar como vantagens resultados com um bom nível de fidedignidade, inclusive sendo de baixo custo, como este estudo.

Foram, portanto, necessárias três fases para a realização desta pesquisa. A primeira consistiu em levantar quais os empresários realizaram o treinamento EMPRETEC na cidade de Manhuaçu e organizar seus dados para agendar a pesquisa após 120 dias do término do *workshop*. A segunda fase desta pesquisa consistiu na aplicação de questionário McClelland³ após 120 dias da realização do treinamento. Todos os empresários responderam os questionários e assim conseguiu-se a totalidade da população na fase de coleta dos dados. Ressalta-se que todos os empresários tiveram os questionários entregues pelo pesquisador e instruções de como preenchê-lo presencialmente.

O instrumento de coleta de dados é composto por afirmativas que propõe uma auto avaliação do entrevistado, por meio de uma escala, que se fundamenta no raciocínio qualitativo de avaliações intangíveis de Likert. A pontuação da escala para cada afirmação, expressa o comportamento do entrevistado, considerando pontuação 1, quando for equivalente a “nunca” ter tal comportamento, até o número 5, que equivale “sempre” ter este comportamento. A pontuação final, que identifica a intensidade de cada um dos dez comportamentos empreendedores ocorreu por meio de uma tabela, que compreende uma sequência estruturada de somas e subtrações, impedindo um raciocínio tendencioso do entrevistado.

Na terceira fase da pesquisa, os dados dos questionários foram tabulados e adotou-se a técnica de análise de dados “estatística descritiva”, que verificou a média aritmética simples dos fatores pesquisados para a compor perfil da população analisada.

³ O questionário de McClelland (1972), estruturado e em uso pelo SEBRAE (2002), é composto por uma sequência de 55 afirmações estruturadas de forma a identificar os dez comportamentos apontados pelo autor. As características comportamentais são: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança.

3 A PESQUISA FONTE DO EMPRETEC

Segundo Lopes (1999, p. 126) McClelland e seus colaboradores foram os primeiros a desenvolver programas de treinamento comportamental para empreendedores. O primeiro foi denominado *Anchievement Motive Training* (AMT). A partir destes estudos, em 1983 a Agência Internacional para o Desenvolvimento dos Estados Unidos (USAID) financiou um estudo intercultural visando identificar “características empreendedoras pessoais”, com o objetivo de multiplicar e expandir os estudos sobre a motivação para a realização, baseado na metodologia já desenvolvida por McClelland, dentre outros (MORALES et al, 2007). As empresas McBer e MSI, especialistas na área, foram responsáveis por realizar uma pesquisa com cinco anos de duração, sendo a primeira responsável pelas duas atividades iniciais e a MSI responsável pela última tarefa, dividida em três segmentos:

- a) Identificar características pessoais associadas ao empreendedorismo bem sucedido no contexto de diversos países em desenvolvimento.
- b) Desenvolver instrumentos capazes de prever quais empreendedores teriam mais chances de serem bem sucedidos nos negócios.
- c) Identificar e avaliar programas voltados para a melhoria do desempenho na condução de negócios de empreendedores e potenciais empreendedores.

A partir deste estudo foi elaborado um treinamento piloto chamado de *Entrepreneur Training Workshop* (ETW) realizado nos anos de 1985 a 1986, e ser aplicado em 18 países e com um total de 505 participantes. Em função de restrições orçamentárias, este piloto ficou restrito a dois cursos aplicados no Malawi, num total de 45 participantes, sendo concluído em 1988, de acordo com o projeto originalmente apresentado a USAID. Nesse sentido, para avaliar a eficácia da teoria de que era possível aumentar o desempenho dos empreendedores através de treinamento comportamental, realizou-se uma comparação com outro grupo que não havia passado pelo treinamento (grupo de controle).

Segundo Morales et al. (2007) no relatório observou-se “incrementos substancialmente grandes no grupo de tratamento com relação ao grupo de controle, sugerindo um efeito positivo do projeto sobre as *Personal Entrepreneur Characteristics* (PEC)”.

3.1 O EMPRETEC no Brasil

Lastreado nas premissas levantadas por McClelland (1972, p.253) de que “uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização produzirá um maior número de empresários ativos, os quais por sua vez, darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido”.

O projeto EMPRETEC foi originalmente lançado em 1988 (SEBRAE, 2002), no Centro de Corporações Transnacionais das Nações Unidas, e hoje é conduzido pela Divisão de Governo, Administração Pública e Finanças, do Programa das Nações para o Desenvolvimento (PNUD) em conjunto com a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD).

O projeto foi implantado no Brasil no ano de 1990, tendo como entidades executoras o Banco de Desenvolvimento do Rio Grande do Sul (BADESUL) e Banco de Desenvolvimento de Santa Catarina (BADESC).

A partir de 1993 o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa) em parceria com o PNUD e a Agência Brasileira de Cooperação (ABC) passou a ser a entidade executora no âmbito nacional. Por meio desta parceria o SEBRAE absorveu o projeto que se tornou o de maior êxito das Nações Unidas na área de apoio ao setor privado.

O SEBRAE (2002) através do EMPRETEC considera os participantes como pessoas com potencial empreendedor. Aliado a isto, o *workshop* explora o fato de viverem em ambiente de integridade e propensos a cooperação ética em áreas de interesse e vantagens comuns. As características empreendedoras podem ser resumidas nas seguintes: iniciativa na busca de oportunidades; capacidade de correr riscos calculados; persistência; comprometimento; objetividade no estabelecimento de metas; capacidade para planejar e monitorar; capacidade para buscar e valorizar a informação; capacidade de persuasão e de formação de rede de contatos; independência e auto confiança; exigência de qualidade e eficiência.

A metodologia do EMPRETEC que é baseada em situações vivenciais práticas e explora cada um dos comportamentos descritos anteriormente, tem suas origens nos Estados Unidos na década de 1960. Desde a sua gênese até o final dos anos 1970, o método não sofreu modificações. Na primeira metade da década de 1980, foi iniciado um projeto que viria modificar e melhorar a configuração da metodologia, cujo lançamento oficial ocorreu em 1988, na Argentina.

4 EMPREENDEDORISMO

4.1 Correntes mais destacadas

Atualmente a comunidade científica pesquisa sobre a perspectiva de vários enfoques e conceitos sobre empreendedorismo. A própria palavra empreendedorismo tem uma gama ampla de interpretações e traduções.

Segundo Boava e Macedo (2006) traduções existentes vem do verbo francês *entreprendre*, com significação de empreender, ou *entrepreneur*, que significa empreendedor. Segundo Filion (1999, p.6) “os pesquisadores tendem a perceber e definir empreendedores usando premissas de suas próprias disciplinas”, o que acaba gerando uma certa barafunda sobre este tema, particularizando visões e conceitos.

Desde Schumpeter, como Roberts (1991) os estudos científicos sobre empreendedorismo basearam-se em duas correntes a econômica e a humanista (psicólogos, sociólogos, etc.). Entre os economistas podemos citar, Cantillon, Smith, Say, Shumpeter, Knight e Casson.

Smith (1985) conclui que o empreendedor tem como objetivo, ganhar dinheiro, ou seja, é um capitalista. Já Knight (1921) estabelece que o empreendedor tem capacidade de prever e lidar com os riscos e incertezas de um negócio, diferente de outras pessoas. O autor ainda argumenta que o lucro advém de momentos turbulentos.

Outras definições podem ser elencadas como Casson (1982) que estabelece que os economistas clássicos definem o empreendedor como um indivíduo especializado em administrar com recursos escassos. Nestes termos tentou-se fazer uma interface entre o desenvolvimento econômico e o empreendedor.

De acordo com Roberts (1991), a primeira abordagem psicológica do tema empreendedorismo foi feita por McClelland, psicólogo social que realizou estudos sobre o perfil do empreendedor. A contribuição foi importante, pois estimulou a compreensão do empreendedorismo, sob a ótica das ciências do comportamento.

McClelland (1971) estudou a história da civilização com base nas disputas entre soviéticos e americanos na década de 50. Ele procurava explicações para esta disputa, e isto fez com que ele identificasse, na literatura, heróis que superavam dificuldades. Segundo McClelland (1971), sob pressão as pessoas desenvolviam uma necessidade de realizar, eram incentivadas a agir sobre a situação. McClelland (1971a) estabelecia uma correspondência à

necessidade de agir ao empreendedorismo. Para ele, não existia o fator sorte, a necessidade de empreender do indivíduo estava ligada a sua habilidade em assumir riscos, e ao seu desejo em se realizar pessoalmente nos negócios obtendo sucesso financeiro.

De acordo com Souza (2005, p.9) o enfoque econômico do empreendedorismo é representado por pensadores como Schumpeter (1985), que associam empreendedorismo com inovação, ao passo que a visão comportamentalista tem dentre seus principais expoentes McClelland (1972), que vincula o empreendedor a aspectos relativos às características criativas e intuitivas. São estas as duas principais correntes que demarcam este campo de pesquisa.

Segundo Schumpeter (1985) empreender é inovar até chegar a uma mudança radical e transformadora de um determinado setor ou ramo de atividade onde atua o empreendedor. A “destruição criativa” preconizada por Schumpeter é o ponto de partida “o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, criando novos produtos, novos meios de produção e novos mercados, suplantando os métodos menos eficientes e mais caros” (SOUZA, 2005).

Apesar de uma forte influência no campo do empreendedorismo, a visão dos economistas é de que o empreendedorismo é uma função e que segundo Fillion (1999, p. 5) vários tentam teorizar sobre o tema, mas “não existe uma teoria econômica sobre o empreendedor que reúna consenso, nem modelo econômico que explique o desenvolvimento a partir da função empreendedora, pois esta é dificilmente quantificável”.

Já os comportamentalistas não enxergam como única forma de entender o fenômeno do empreendedorismo a ótica vigente dos economistas, e em virtude disso, vários pesquisadores de diversas áreas “se contrapuseram ao conceito de que o homem era uma espécie de engrenagem na dinâmica econômica” (BOAVA; MACEDO, 2006).

Segundo Souza (2005, p.10) a visão comportamental do empreendedorismo teve início com Weber em sua obra *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, na medida em que identificou os empreendedores como pessoas inovadoras e com liderança no ambiente organizacional, além de identificar aspectos e valores religiosos que influenciavam nos resultados econômicos das organizações e da sociedade.

Dentro dessa premissa destaca-se o trabalho de McClelland (1967, p.11) que entendia que Schumpeter via no empreendedor a motivação não meramente no lucro, mas também “no desejo de formar uma dinastia particular, a vontade de conquistar numa batalha competitiva e a alegria da criação”. Em outras palavras, o empreendedor de Schumpeter não é um ser completamente racional orientado pelo lucro e cálculos racionais somente. De acordo com

McClelland (1967, p.15) fatores psicológicos e sociológicos são responsáveis por colocar as forças econômicas em movimento e isto produz o desenvolvimento.

Collins e Moore (1964) citado por Boava e Macedo (2006, p.6), constataram que o ato de empreender é uma ação imitada dos modelos da infância, e a partir de uma perspectiva psicanalítica verificaram a necessidade de autonomia, independência e autoconfiança por parte dos empreendedores. Os conflitos não resolvidos os motivava.

Já Drucker (1987) vê o empreendedor como aquele que tenta inovar no presente, parametrizado pelo mercado, buscando minimizar os riscos e aproveitando as oportunidades que não são vistas por outras pessoas.

E por fim, Filion (1999) defende a teoria visionária que comporta os diversos níveis de influência no cotidiano do empreendedor, tais como familiar, espiritual e o social, que designa como sistema ecológico de vida e estabelece as referências e a forma de agir do empreendedor.

Ainda cabe ressaltar que a escola empreendedora é aquela capaz de definir uma linha de atuação que busca uma formação estratégica de características visionária e pró-ativa (MINTZBERG e QUINN, 2001). Para Filion (1999), a formação do empreendedor deve possuir um diferencial, uma vez que o treinamento para a atividade empreendedora objetiva levar o indivíduo à imaginar e identificar visões, desenvolvendo habilidades para sonhos realistas.

A partir destas referências busca-se lastrear este estudo na linha comportamental na expectativa de um maior entendimento destas teorias.

4.2 Resultados e discussões

Após retorno de todos os questionários respondidos pela totalidade dos participantes do referido treinamento, e realizadas as tabulações e análises, chegou-se a representação gráfica abaixo. Desta forma pretende-se atingir os objetivos específicos citados no início deste estudo.

Segundo Triviños (1987) é possível uma avaliação qualitativa a partir de dados subjetivos expressos em escalas quantitativas. Sendo assim, buscar-se fazer correlações a partir deste perfil na busca de identificar elementos que possam verificar se houve uma evidente percepção de evolução dos perfis médios dos empreendedores participantes deste *workshop*.

Dentro dessa premissa podemos observar que, de acordo com os valores auto atribuídos e detectados na aplicação dos questionários McClelland junto aos participantes, verificou-se uma pontuação acima de 15 pontos em todas as características de comportamento empreendedor (CCE), indicando uma valoração importante no quesito de atuação empreendedora, preconizada nos estudos de McClelland.

Em especial, verifica-se nas características de comprometimento e exigência de qualidade e eficiência, as pontuações mais altas, sugerindo que tais quesitos são muito importantes na atividade empreendedora no que tange à capacidade de comprometimento com clientes e colaboradores e também na consecução de objetivos, aliados a fatores como garantia da qualidade de serviços e produtos como algo de grande significado a todos os entrevistados.

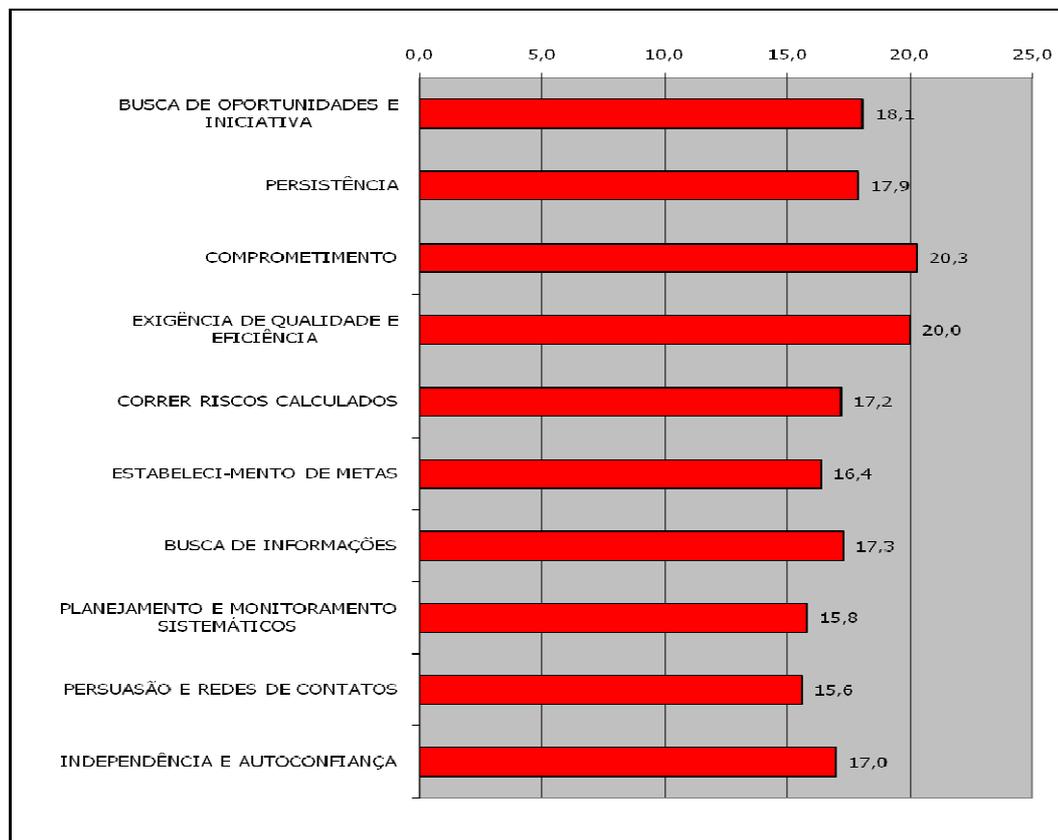


FIGURA 1 – Perfil médio da turma de Manhauçu.

Em especial, verifica-se nas características de comprometimento e exigência de qualidade e eficiência, as pontuações mais altas, sugerindo que tais quesitos são muito importantes na atividade empreendedora no que tange à capacidade de comprometimento com clientes e colaboradores na consecução de objetivos, aliados a fatores como garantia da

qualidade de serviços e produtos como sendo algo de grande significado a todos os entrevistados.

Num patamar logo abaixo, em torno de 17 a 18 pontos, mas igualmente significativo ficam as pontuações de busca de oportunidade, de iniciativa, de persistência, de correr riscos, além de buscar por informações e independência e autoconfiança, que podem traduzir-se numa auto visão de busca das oportunidades mais efetivas, aliadas a uma persistência necessária para alcançar estes resultados e que remetem a riscos inerentes a atividade empreendedora.

Para correr estes riscos é fundamental ter informações precisas acerca da atividade a ser desenvolvida, bem como ter autoconfiança e independência, lastreadas nestas informações, bem como riscos e oportunidades avaliadas e percebidas conscientemente.

É possível também inferir que nas características de pontuação média inferior, como planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos e estabelecimento de metas, que foram as que apresentaram menor absorção comportamental, conforme observado nos dados apurados, podem ser mais bem trabalhados pelos participantes que desejam aprimorar-se nesta metodologia empreendedora.

Tendo em vista as médias dos perfis dos participantes do EMPRETEC realizado em Manhuaçu, é possível inferir que houve uma acentuada melhora das características empreendedoras após esta capacitação.

No entanto, vale ressaltar que aspectos relevantes na caracterização de um empreendedor como planejamento e monitoramento sistemáticos, estabelecimento de metas e persuasão e rede contatos apresentam-se como aspectos críticos deste universo pesquisado e podem resultar em possíveis problemas no futuro destes empreendedores em questão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo pretendeu avaliar a percepção dos empresários que passaram por treinamento denominado EMPRETEC realizado no ano de 2008 na cidade de Manhuaçu onde 31 empreendedores. O objetivo foi verificar se após, 120 dias do término do *workshop*, os empreendedores relacionaram melhoria do perfil empreendedor ao treinamento realizado. Denota-se que todos os empresários que fizeram o treinamento participaram da pesquisa.

Mesmo ponderando que a autopercepção pode conter critérios mais favoráveis em comparação a avaliações feitas por terceiros, o questionário empregado, seguindo o padrão

McClelland simplifica a análise por ser considerado de fácil entendimento. Após verificar o comportamento dos empresários após o período de retorno do treinamento, pôde-se verificar que a média do perfil dos participante considerou que em todos os fatores avaliados houve benefício e melhoria do comportamento empreendedor.

Há que se considerar que este resultado é interessante, mas que por si só, não assegura que isto efetivamente se consolide como atitude e comportamento. Ressalta-se que o comportamento é algo que se constrói e se consolida com ações e mudanças comportamentais que demandam tempo e instrumento de mensuração ainda mais apurado e possível de comparação com outro referencial, sendo esta uma das debilidades desta pesquisa.

Denota-se ainda como contribuição deste trabalho o uso de um instrumento de medida da atitude empreendedora, elaborada por McClelland e sua validação em um contexto cultural nacional/local, qual seja Manhuaçu - MG. A pesquisa apresentou resultados estatisticamente confiáveis em relação a sua aplicação, possibilitando, assim, a sugestão de que seja revisto e revalidado na busca por um aprimoramento metodológico e que possibilite uma maior compreensão deste fenômeno chamado empreendedorismo.

Recomenda-se que novos estudos sejam realizados em outros participantes do *workshop* EMPRETEC, na cidade de Manhuaçu ou em outras localidades, gerando comparativos e desta forma aprofundando o conhecimento sobre as características comportamentais de um empreendedor e sua relação com o desempenho pós *workshop*. Neste sentido poderá ser possível descrever o perfil mais eficaz para futuros “Empretec”, como são denominados os concluintes deste treinamento.

Desta maneira, esse estudo visou contribuir à construção de um perfil empreendedor, indicando que, entre outros aspectos, empreendedores podem ser considerados como indivíduos motivados a partir de necessidades de autorrealização.

Novos estudos podem surgir a partir desta pesquisa. Sugere-se que outra população de “Empretec” que tenham participado de outras *workshops*, possam indicar resultados diferentes. Sugere-se, também, a realização de uma pesquisa mais ampla, com a utilização conjunta de métodos qualitativos, no sentido de ampliar os conhecimentos e levar a novas ideias, permitindo a complementação do entendimento da motivação dos empreendedores a partir de necessidades de autorrealização, bem como mostrando novos caminhos para a abordagem do tema.

REFERÊNCIAS

- BOAVA, Diego Luiz Teixeira; MACEDO, Fernanda Maria Felício. **Estudo sobre a essência do empreendedorismo**. In: Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração – EnANPAD, 30., 2006, Salvador.
- COLLINS, O. F.; MOORE, D. G.. **The enterprising man**. Michigan: Mich. State Univerty Press, 1964.
- DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor - Entrepreneurship**. São Paulo: Pioneira, 1987.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v.34, n.2, p.5-28, abr./jun. 1999.
- Gil, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- LOPES, R.M.A. **Avaliação de Resultados de um Programa de Treinamento Comportamental para Empreendedores – EMPRETEC**. 1999. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Instituto de Psicologia, USP, São Paulo.
- McClelland, D.C. **The Achieving Society**. New York: Free Press, 1961.
- McClelland, D.C. **A Sociedade Competitiva: Realização e Progresso Social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MORALES, S. A. et al. **Desenvolvimento e Análise do Impacto de uma Nova Versão do Seminário para Treinamento de Empreendedores do Programa EMPRETEC**, Brasília, DF, out./2007, 52 p.
- SILVA, D. N. **O Empreendedorismo como Modismo Universitário**. Agosto de 2003. Disponível em: <<http://www.epa.adm.br>>. Acesso em: 03 mar. 2009.
- SEBRAE. **Avaliação do Programa EMPRETEC no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2002.
- SOUZA, Eda. Empreendedorismo: da gênese a contemporaneidade. In: SOUZA, Eda; GUIMARÃES, Tomás (Orgs.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2005, Cap. 1, p. 3 – 20.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The Promise of entrepreneurship as a Field of Research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- SCHUMPETER, Joseph. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In: **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.
- TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.