Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração
Curso de Graduação em Administração a distância

BRUNO DE SOUZA RODRIGUES

ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM VILHENA –RO

Ji-Paraná
2011

BRUNO DE SOUZA RODRIGUES

ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM VILHENA - RO

Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: MSc. Gemael Chaebo

Ji-Paraná - RO

2011

BRUNO DE SOUZA RODRIGUES

ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM VILHENA - RO

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do (a) aluno (a)

BRUNO DE SOUZA RODRIGUES

MSc. Gemael Chaebo
Professor-Orientador

Esp. Wolney Resende
Professor-Examinador

Ji-Paraná ,03 de dezembro de 2011

À minha mãe por ser minha inspiração.
Ao meu pai por ser meu exemplo.

AGRADECIMENTOS

À minha esposa Cristiane que foi a grande incentivadora para o ingresso nesta jornada;

Aos meus tutores, Helena que foi fundamental na fase inicial do trabalho e por fim Gemael que com sua maestria foram vitais para conclusão desta pesquisa;

À nossa apoiadora Sandra, que sempre buscou atender todas nossas solicitações;

Aos colegas, Áthila, Eliseu, Glauber, Hélio e Paulo, que foram os amigos de todas as horas nesta jornada;

Ao meu amigo José Guarino, pela receptividade e boa companhia nas estadias em Ji-Paraná.

“Se não puder se destacar pelo talento, vença pelo esforço”

Dave Weinbaum

RESUMO

O objetivo deste trabalho é investigar a existência de um perfil empreendedor feminino em Vilhena – RO, baseado no modelo comportamental proposto por David McClelland. O estudo empírico compreendeu uma pesquisa de campo com dados coletados por meio de questionários entregues pessoalmente a 32 empreendedoras na cidade de Vilhena- Rondônia. A análise quantitativa dos dados foi realizada por meio do *software* Microsoft Excel 2010, importante instrumento para identificar as características comportamentais empreendedoras que pudessem dizer a existência do perfil empreendedor, enfatizando dessa forma a mensuração e análise dos dados obtidos. O modelo comportamental de McClelland é composto pelas variáveis realização,planejamento e poder.Os resultados encontrados mostram que as características comportamentais empreendedoras que apresentaram maiores resultados foram Busca de Oportunidades, Buscas de Informações e Persuasão e Rede de Contados.Baseado nos resultados encontrados pode-se concluir que as empreendedoras vilhenenses se encaixam no perfil empreendedor proposto por McClelland, onde a pontuação média das participantes foi superior a 15 pontos.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, David McClelland, Vilhena

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACIV - Associação Comercial de Vilhena

CCE´s – Características Comportamentais Empreendedoras

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 11
2 REFERENCIAL TEÓRICO 15
3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA 21
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO 24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 30
6 REFERÊNCIAS 32
APÊNDICES 35
Apêndice A – Questionário Comportamental de McClelland 35
Apêndice B – Questionário Sócio- Demográfico 39

1 INTRODUÇÃO

No contexto atual, a globalização se configura como um processo da necessidade dinâmica imposta pelo capitalismo que, devido à saturação das demandas do mercado interno, tornou o mercado externo uma opção para continuação da expansão econômica mundial. Entretanto, o processo de globalização torna o mercado de trabalho ainda mais competitivo e dinâmico. Para isso o profissional deverá acompanhar atentamente as evoluções de capacitação, caso contrário, a sua não adequação ao mercado o tornará uma mão de obra indisponível.

Segundo Dornelas (2003, *apud* Dornelas 2004, p.81) empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valores. As definições para empreendedorismo são várias, mas sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar.

Bernardi (2010) justifica que o empreendedorismo pode ser desenvolvido no indivíduo e que tal fenômeno pode se apresentar nas seguintes situações: um empreendedor nato, o herdeiro, o funcionário que virou patrão, excelentes técnicos no quadro da organização, vendedores, opção ao desemprego, desenvolvimento paralelo e aposentadoria.

Empreendedorismo é um tema ainda de estudos recentes quando comparados a outros assuntos das ciências sociais. Quando se trata de mulheres empreendedoras os estudos além de novos são escassos, devido a não tão longínqua inserção da mulher no mercado de trabalho. As buscas pelas diferenças no estilo gerencial feminino e masculino tentam encontrar resultados que justifiquem o crescimento conquistado pelas mulheres no campo do empreendedorismo. A busca pela explicação deste crescimento pode ser considerado como a idéia norteadora dos estudos sobre o empreendedorismo feminino.

Uma das pesquisas mais aceitas no meio acadêmico a respeito do perfil empreendedor foi realizada por McClelland (1961) que criou um modelo com a enumeração de motivações de natureza psicológica do indivíduo empreendedor, sendo elas: necessidade de realização, necessidade de afiliação e necessidade de poder. Ainda com base em seus estudos, McClelland (1972) denominou como Características do Comportamento Empreendedor (CCE): busca por oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; riscos calculados; estabelecimento de metas; buscas de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança.

1.1 Formulação do problema

De acordo com Probst (2003), a inserção da mulher no mercado de trabalho se divide em: parcela com carteira assinada, as que trabalham sem vínculo empregatício e a parcela empreendedora, entendida como um grupo que busca oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação.

Levando em consideração as gestoras femininas presentes no mercado de trabalho em Vilhena - Rondônia, pode se formular a seguinte questão: Qual é o perfil da mulher vilhenense de acordo com o perfil empreendedor de McClelland?

1.2 Objetivo Geral

Comparar as características das mulheres vilhenenses inseridas no mercado de trabalho como gestoras ou envolvidas em atividades gerenciais com o perfil empreendedor de McClelland (1961).

1.3 Objetivos Específicos

a) Identificar a relevância da variável realização no comportamento das gestoras vilhenenses;
b) Identificar a relevância da variável planejamento no comportamento das gestoras vilhenenses;
c) Identificar a relevância da variável poder no comportamento das gestoras vilhenenses;
d) Analisar quais variáveis de cada grupo de comportamentos (realização, planejamento e poder) possui maior destaque.

1.4 Justificativa

A cidade de Vilhena está localizada no extremo sul do Estado de Rondônia sendo a cidade limítrofe com o Estado do Mato Grosso. De acordo com o Censo de 2010 realizado pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a população vilhenense alcança o número de aproximadamente 80 mil habitantes configurando-se como a quinta maior cidade do Estado de Rondônia em um universo de 52 municípios. Ainda com base no estudo do IBGE, Vilhena é o município rondoniense com o melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e apresenta como principais atividades econômicas: a agricultura, a pecuária, o comércio e a prestação de serviços.

Barros (2008, p. 977) entende que a contribuição do empreendedor com o desenvolvimento econômico ocorre fundamentalmente pela inovação que introduz e pela concorrência no mercado.

Os dados informados na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) no ano de 2010, mostram que a inserção da mulher no mercado de trabalho cresceu 40,9% quando comparamos os dados de 2001 até 2010. Ainda com base no último RAIS,demonstrou que a presença feminina em cargos gerenciais é de 36%. Tal resultado vai de encontro a posição defendida por Cagatay (2001) que considera a

globalização como um dos fatores do aumento da inserção da mulher no mercado de trabalho.

No contexto vilhenense, o comércio local conta com um percentual de 22% dos sócios cadastrados junto a Associação Comercial de Vilhena (ACIV) do sexo feminino.

A dificuldade de encontrar estudos específicos a respeito do empreendedorismo em Rondônia torna esta pesquisa uma contribuição para o meio acadêmico e para sociedade como um todo no intuito de despertar o interesse de outros acadêmicos a aprofundarem estudos relacionados com o tema.

O referido tema foi escolhido com base no levantamento junto a ACIV que indica um número reduzido de mulheres empreendedoras quando comparado aos homens empreendedores na cidade de Vilhena e, devido ao autor ter em seu ciclo de amizades gestoras de negócios na cidade.

A pesquisa busca analisar as características empreendedoras das gestoras vilhenenses e incentivar a parcela feminina da sociedade a ter mais intimidade com o tema empreendedorismo, para que se possa consequentemente aumentar o percentual de gestores do gênero feminino na cidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo apresenta se como um tema tão dinâmico que os autores da área não chegam a um consenso quanto a uma definição. De acordo com o dicionário Aurélio, os vocábulos, empreendedor ("Adj.1. Que empreende;ativo, arrojado, cometedor. – S. m. 2. Aquele que empreende, cometedor") e empreendimento (S. m. 1. Ato de empreender, empresa – 2. Efeito de empreender; aquilo que se empreendeu e levou a cabo;empresa;realização; cometimento.") derivam do termo empreender " do latim *imprehendere* – V. t. d. 1. Deliberar se a praticar, propor se, tentar . 2. Pôr em execução")

Segundo Dornelas (2008, p.22), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. A perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Fischer (2004, *apud* Filion, 2008) entende que empreendedorismo é o processo pelo qual se faz algo novo ou criativo, e algo diferente ou inovador, com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade.

Roberts (1991) entende que os estudos realizados a respeito de empreendedorismo estão baseados em duas correntes. A corrente econômica defendida por economistas, Joseph Schumpeter, por exemplo, e a corrente de teoria humanista cuja defesa é realizada por sociólogos, psicólogos e demais profissionais das ciências humanas, destacando-se David McClelland.

Dolabela (1999) entende que a corrente econômica do empreendedorismo aponta para dois fatores: criar e distribuir riquezas. Ainda com base nos estudos deste autor, o indivíduo empreendedor é aquele que se dedica a geração de riqueza e consegue agregar valor a determinado produto ou serviço maior do que o anterior.

Já o enfoque comportamental do empreendedorismo aponta para quais características se manifestam no indivíduo de forma a elaborar um perfil empreendedor. De acordo com McClelland (1967, p.15) fatores psicológicos e sociológicos são responsáveis por colocar forças econômicas em movimento e isto produz o desenvolvimento.

Souza (2005) aponta Schumpeter como o patrono da teoria econômica do empreendedorismo de forma a associar o verbo à inovação e como ícone a ser citado na teoria comportamental do empreendedorismo, McClelland que se concentra nas características criativas e intuitivas.

Souza (2006, p.10) constata que:

> Weber (2003) identificou um fator valorativo fundamental para a explicação do comportamento empreendedor, a crença religiosa ou o trabalho ético protestante que estabelece normas de conduta que freiam a extravagância, o consumo ostensivo e a indolência. Com isso, o resultado é maior produtividade, diminuição de despesas e aumento da economia, fatores vitais para o crescimento econômico.

Este trabalho adotará a teoria comportamental tendo como base os estudos de David McClelland no intuito de identificar características empreendedoras nas gestoras da cidade de Vilhena – Rondônia.

2.1 David McClelland

David McClelland nasceu em 20 de maio de 1917 e veio a falecer com 81 anos no dia 27 de março de 1988.

A vida acadêmica de McClelland passa por seu bacharelado em artes e em seguida sua dedicação passa para a psicologia onde alcançou o mestrado em no ano de 1939 na Universidade de Missouri e em 1941 seu Ph.D. em psicologia experimental na Universidade de Yale.

Dentro de suas contribuições de seus estudos podemos destacar a teoria das motivações em que McClelland afirma que as motivações humanas se dão pelas necessidades de realização, poder e afiliação. Ocupando também posição de destaque temos seus estudos sobre o comportamento empreendedor do indivíduo onde em sua obra “A sociedade competitiva: realização e progresso social” ficou constatado a existência de características comportamentais empreendedoras.

2.1.1 Modelo de McClelland

Uma das pesquisas mais aceitas no meio acadêmico a respeito de perfil empreendedor foi realizada por McClelland (1961) que é fundamentada pela enumeração de motivações de natureza psicológica do indivíduo empreendedor, sendo elas: necessidade de realização, necessidade de afiliação e necessidade de poder.

McClelland (1961) entende que as pessoas são classificadas de acordo com seus comportamentos e dividem-se em dois grandes grupos: uma minoria que, quando desafiada por uma oportunidade, está disposta a trabalhar arduamente para conseguir algo e uma maioria que, na realidade, não se importa tanto assim. As pessoas que têm necessidade de realizar se destacam porque, independente de suas atividades, fazem com que as coisas aconteçam.

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 Trainning (AMT). A partir desses estudos, em 1983 a Agência Internacional para o Desenvolvimento dos Estudos Unidos (USAID) financiou um estudo intercultural visando identificar “características empreendedoras pessoais”, com o objetivo de multiplicar e expandir os estudos sobre motivação para a realização, já baseado na metodologia de McClelland.

Em sua obra “A sociedade competitiva: realização e progresso social” McClelland (1961) identificou as dez principais características do comportamento empreendedor – CCE´s relacionadas no Quadro 01.

Variável	CCE	Conceito
Realização	Busca de Oportunidades	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes, de forçado pelas circunstâncias; Agem para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços. Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência
	Correr Riscos Calculados	Avalia diante de um obstáculo significativo; Age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; Faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
	Exigências 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; Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
	Comprometimento	Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao cumprimento de metas e objetivos; Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; Esmera se em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo

Variável	CCE	Conceito
Planejamento	Busca de Informações	Dedica se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; Consulta especialista para obter assessoria técnica ou comercial
	Estabelecimento de Metas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; Define metas de longo prazo, claras e específicas ; Estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo
	Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; Constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; Mantém registros financeiros e utiliza os para tomar decisões
Poder	Persuasão e Rede de Contatos	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; Utiliza palavras chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; Age para desenvolver e manter relações comerciais
	Independência e Autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controle de outros; Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Tabela 1. Características Comportamentais Empreendedoras. Fonte: adaptado para o SEBRAE por McClelland

O questionário comportamental de McClelland (1972) é composto por 55 afirmativas, onde suas respostas respeitam uma escala de 5 pontos, sendo:

1 = nunca
2 = raramente
3 = às vezes
4 = frequentemente
5 = sempre

O embasamento deste questionário são as 10 características empreendedoras propostas por McClelland (1961) (Quadro 1) que estão agrupadas em 3 blocos. A pontuação máxima é de 25 pontos para cada característica e para que haja a evidência da existência de um perfil empreendedor a menor pontuação alcançada deverá ser de 15 pontos. O propósito deste trabalho é apenas analisar os resultados dos questionários e não sua metodologia.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

O público alvo da pesquisa está concentrado em mulheres empreendedoras ou que desempenhem função gerencial no mercado de trabalho da cidade de Vilhena.

Dentre os ramos de atividade das pessoas envolvidas na pesquisa podemos citar:

- gestoras de lojas de varejo;
- gestoras de restaurantes;
- gestoras de institutos de beleza;
- gestoras de concessionárias de veículos.

3.2 População e amostra

A referida pesquisa terá como amostra as empreendedoras do gênero feminino que desempenhem função gerencial no comércio da cidade de Vilhena do Estado de Rondônia.

O número total de mulheres cadastradas junto a Associação Comercial de Vilhena é 32, para uma análise próxima a realidade o questionário será enviado para todas as cadastradas, esperando o maior número de participação possível

3.3 Instrumentos de pesquisa

Gil (1999, p. 128) define questionário como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por

escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, situações vivenciadas, entre outros.

Roesch (2009, p. 142) entende que questionário é um instrumento de coleta de dados que busca mensurar alguma coisa. Para tanto, requer esforço intelectual anterior de planejamento, com base na conceituação do problema e no plano da pesquisa.

De acordo com Gil (2002, p.115) o questionário constitui o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de não exigir treinamento de pessoal e garantir o anonimato.

O questionário comportamental de McClelland (1961) é composto por 55 afirmativas, onde suas respostas respeitam uma escala de 5 pontos

Para Gil (1999, p.140) escala social é o instrumento construído com o objetivo de medir a intensidade das opiniões e atitudes da maneira mais objetiva possível.

A escala social utilizada nesta pesquisa será a Escala de Likert, que ao término das tabulações fornecerá na escala de 1 até 5 qual a concordância ou discordância aos enunciados.

3.4 Procedimentos de coleta e de análise de dados

Inicialmente, foram realizados contatos formais com as gestoras para a ambientação com a pesquisa e com o meio de coleta de dados utilizado.

Foram enviados 32 questionários para as empreendedoras femininas cadastradas junto a Associação Comercial de Vilhena – ACIV no mês de julho do ano de 2011 e todos os questionários foram entregues para a elaboração deste estudo.

Para aprimorar e tornar este trabalho mais próximo a realidade também foi aplicado um questionário sócio-demográfico englobando questões de faixa etária, tempo de atividade, escolaridade, estado civil e quantidade de filhos.

Neste trabalho optou-se por representar as frequências no Histograma sob uma perspectiva de análise de conteúdo. O *software* utilizado para a confecção dos

diagramas foi o Microsoft Office Excel 2007 que demonstra a representatividade dos dados.

Pereira (1984) entende que uma tabela de freqüências simplifica a visualização e permite uma análise da distribuição dos dados. No entanto, a maneira mais rápida de obter-se uma impressão é por meio das representações gráficas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Caracterização da Amostra

Neste campo serão apresentados e analisados os variáveis presentes no questionário sócio-demográfico aplicado na pesquisa de campo.

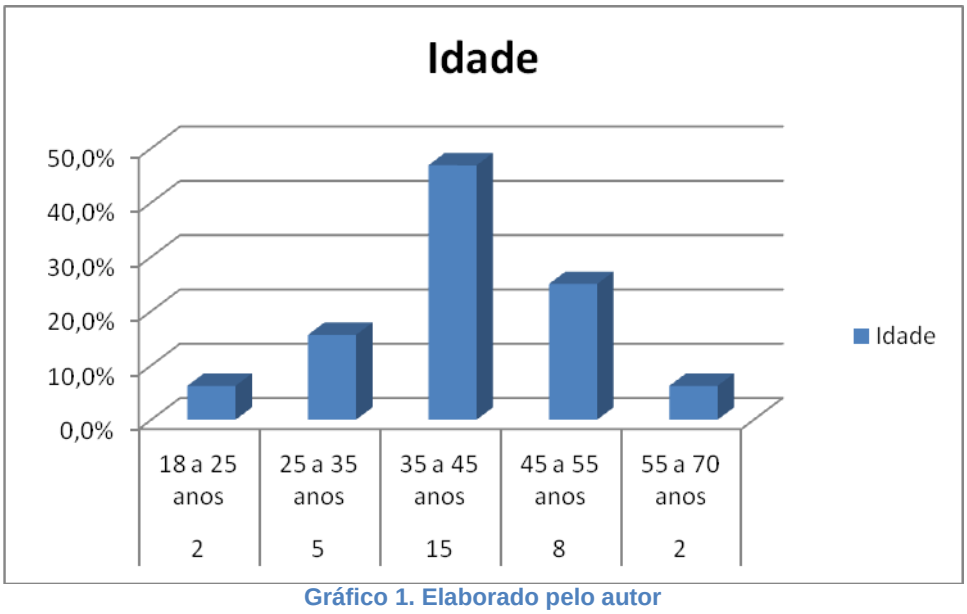

Gráfico 1. Elaborado pelo autor

Com base no gráfico 1 podemos observar que 15 pessoas entrevistadas se enquadram na faixa estaria de 35 a 45 anos e que representam uma porcentagem de aproximadamente 47% do total.

Quando tratamos do quesito escolaridade os resultados apontam que 25 empreendedoras possuem como qualificação o nível superior completo representando a maioria do espaço amostral com uma porcentagem de aproximadamente 80% conforme o gráfico 2.

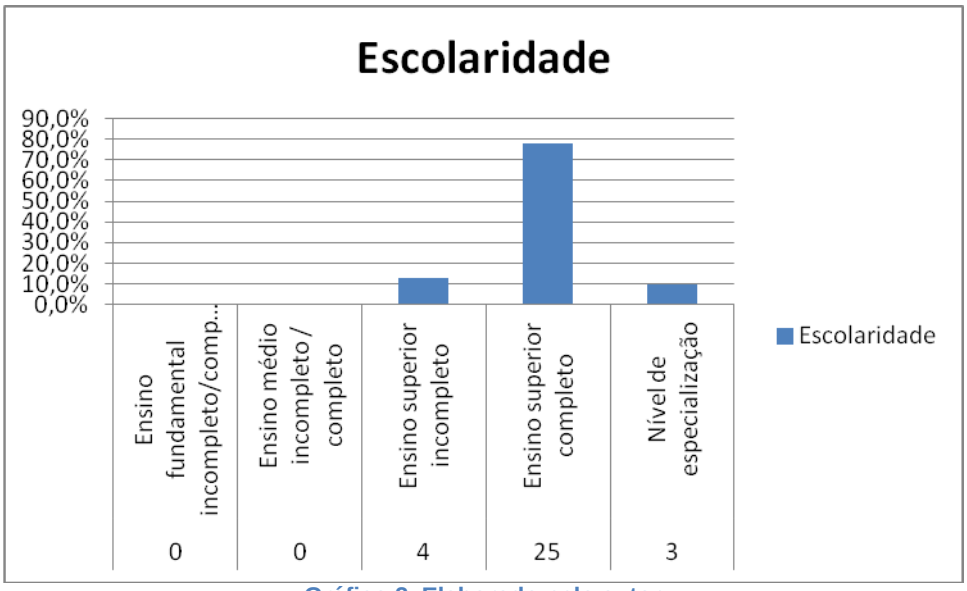

Gráfico 2. Elaborado pelo autor

A variável estado civil constata que 18 entrevistadas são casadas oficialmente e 8 já estão processo de união estável, porém como eram alternativas diferentes o número poderia ter sido maior. Entretanto aproximadamente 57% das entrevistadas estão na posição casada.

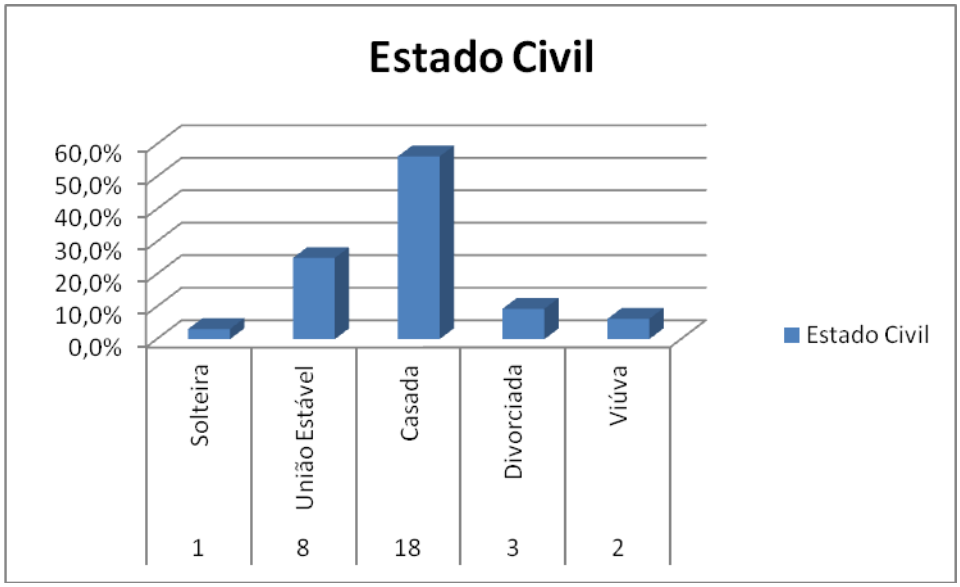

Gráfico 3. Elaborado pelo autor

Conforme representado no gráfico 4 mais da metade das entrevistadas possui um filho. O que pode sugerir um casamento com laços mais fortes e estabilizados e indica a que quantidade de um filho é a que não afeta a relação com o trabalho.

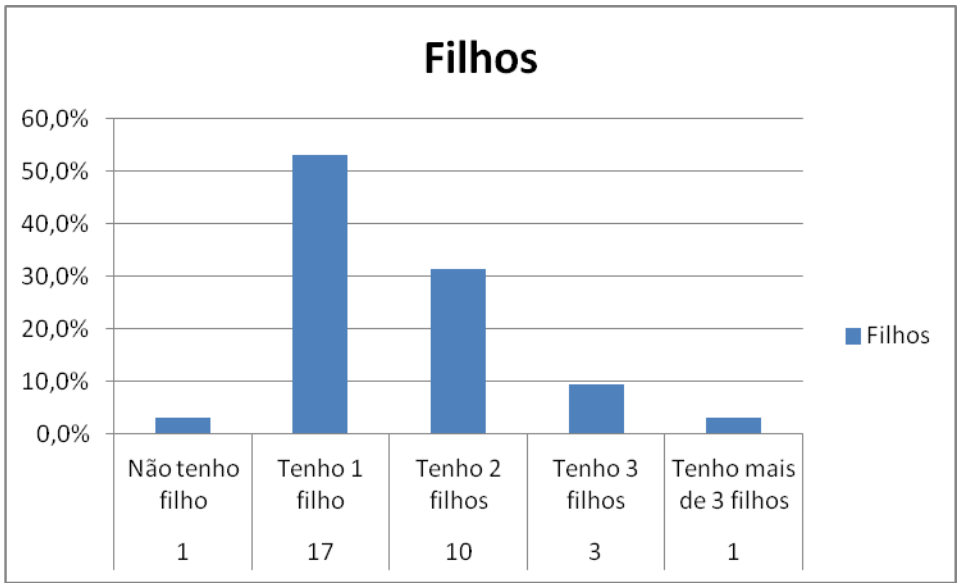

Gráfico 4. Elaborado pelo autor

Quando tratamos do quesito tempo de atividade, nos deparamos com o percentual de aproximadamente 50% das entrevistadas enquadrando-se na faixa de 10 a 15 anos de atividades no mercado.

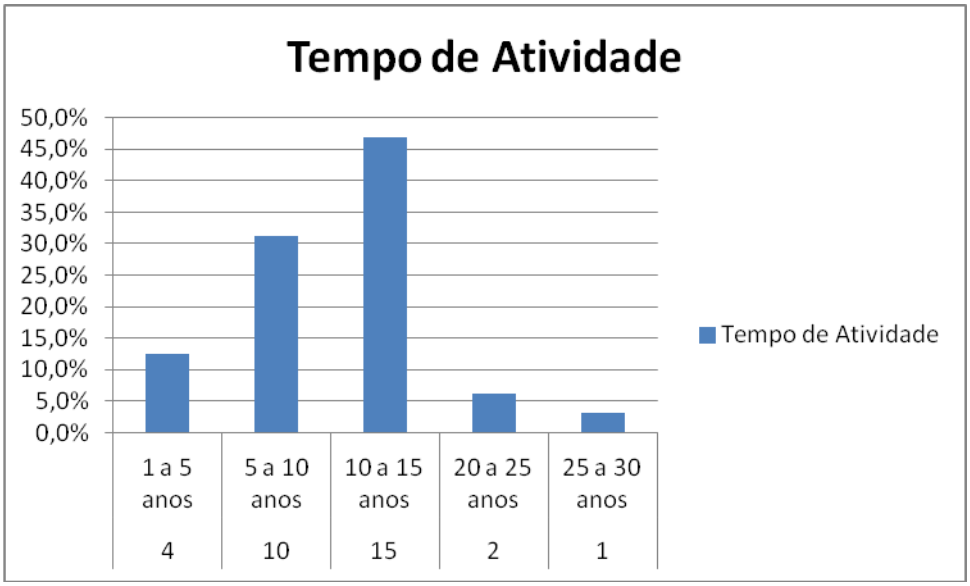

Gráfico 5. Elaborado pelo autor

Tendo como base a última pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM divulgada pelo SEBRAE em 2010, as variáveis apresentadas no questionário sócio-econômico na cidade de Vilhena vão ao encontro dos resultados médios encontrados a nível Brasil.

Segundo relatório GEM de 2010:

> A sociedade pode se beneficiar de empreendedores de todas as faixas etárias. Num extremo as pessoas jovens têm idéias holísticas, perspectivas diferentes de observar o ambiente e formação diferente dos seus pais. Comparativamente os jovens têm menos a perder em questões como pagamento de financiamentos imobiliários e sustento de famílias. No outro extremo as pessoas mais velhas possuem experiência, contatos e acumulam capital durante sua longa carreira. Apesar de a atividade empreendedora ser mais dinâmica nas idades intermediárias, os formuladores de políticas públicas não devem perder de vista o potencial empreendedor dos extremos das faixas etárias.

Como um número de aproximadamente de 50% se concentrou na faixa de 35 a 45 anos podemos entender que é uma fase de transição do jovem empreendedor, disposto a correr riscos, para a fase do empreendedor com mais experiência.

	2002	*2003*	*2004*	*2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*	*2002:2010*
18 a 24	10,0	12,6	12,6	10,7	10,9	10,6	15,4	13,5	17,4	12,6
25 a 34	18,6	16,0	17,2	14,7	16,5	14,4	12,8	17,9	22,2	16,7
35 a 44	15,2	14,4	14,7	12,1	10,7	16,1	13,7	18,7	16,7	14,7
45 a 54	12,1	11,5	10,5	10,0	8,8	13,3	10,4	14,4	16,1	11,9
55 a 64	6,0	3,7	7,3	2,9	6,0	4,3	3,0	6,5	9,5	5,5
Total	12,4	11,6	12,5	10,1	10,6	11,7	11,1	14,2	17,5	12,3

Tabela 2. SEBRAE. GEM 2010

4.2 Comportamento Empreendedor

Em especial, verifica-se que as CCE´s de maior destaque são Busca de oportunidades e Iniciativa com 21 pontos e Comprometimento alcançando 19 pontos neste estudo.

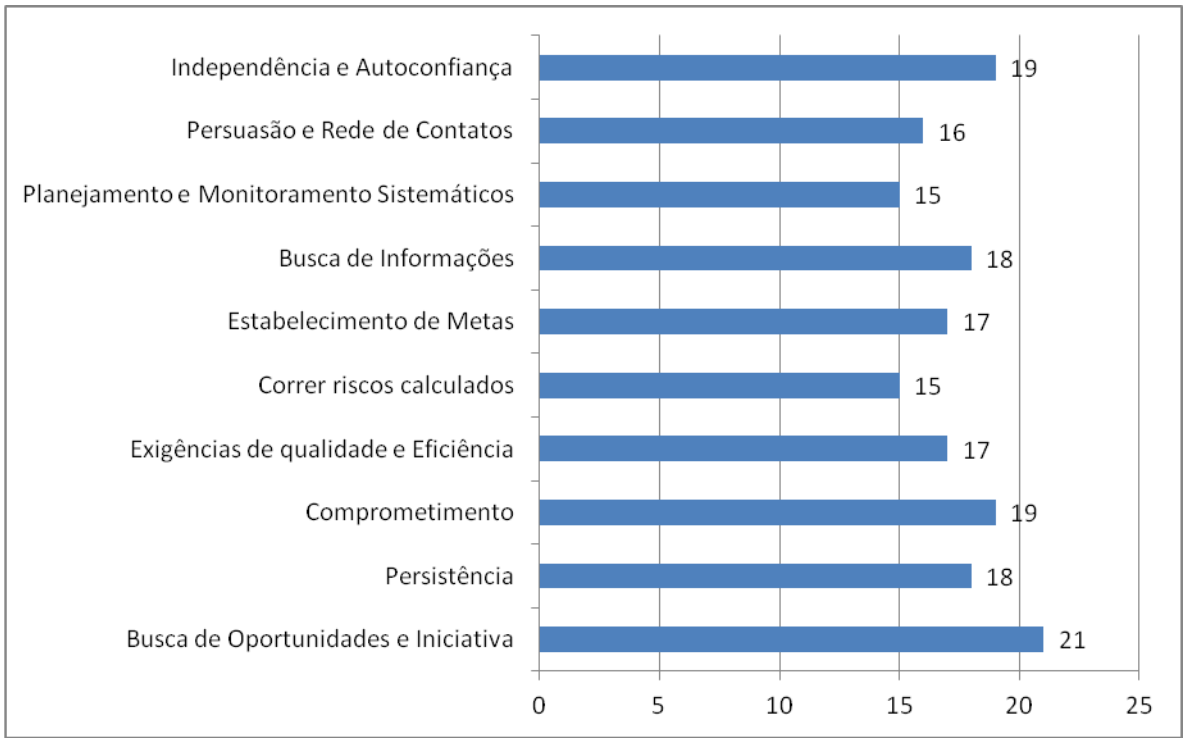

Gráfico 6. Elaborado pelo autor

A variável Realização é composta pelas seguintes CCE´s: Busca de oportunidades e Iniciativa (21 pontos), Correr riscos calculados (15 pontos), Exigências de qualidade e Eficiência (17 pontos) e Comprometimento (19 pontos).Podemos destacar com o resultado desta variável que o comportamento da empreendedora é capaz de antecipar algumas ações para aproveitar oportunidades para alinhar seu negócio com a sua demanda e também o seu comprometimento com o negócio dedicando-se cada vez mais para a sua permanência no mercado. E com menor destaque, quando tratamos da possibilidade de correr riscos calculados as empreendedoras demonstram certa cautela em analisar as alternativas

disponíveis para ter certo controle no resultado final e a exigência de maneiras mais eficazes e eficientes dentro de seu negócio.

A variável Planejamento é composta pelas CCE´S : Busca de Informações (18 pontos), Estabelecimento de Metas (17 pontos) e Planejamento e Monitoramento Sistêmicos (15 pontos). Destaca-se o comportamento da empreendedora em se planejar buscando ao máximo informações que possam agregar a consolidação de seu negócio no mercado. E com menor destaque a CCE de Planejamento e Monitoramentos Sistêmicos que de acordo com o quadro 1 nos remete o seguinte conceito desta CCE : ” Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; Constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; Mantém registros financeiros e utiliza os para tomar decisões.”

Com relação a variável Poder sua composição é : Persuasão e Rede de Contatos (16 pontos) e Independência e Autoconfiança (19 pontos). O que sugere que a empreendedora utiliza poucos seus contatos profissionais e pessoais para alavancar os números de seu negócio, porém sua confiança em si mesma mostra a sua plena capacidade de gestão do empreendimento.

O Gráfico mostra as características empreendedoras com maior destaque dentro das variáveis Realização, Planejamento e Poder.

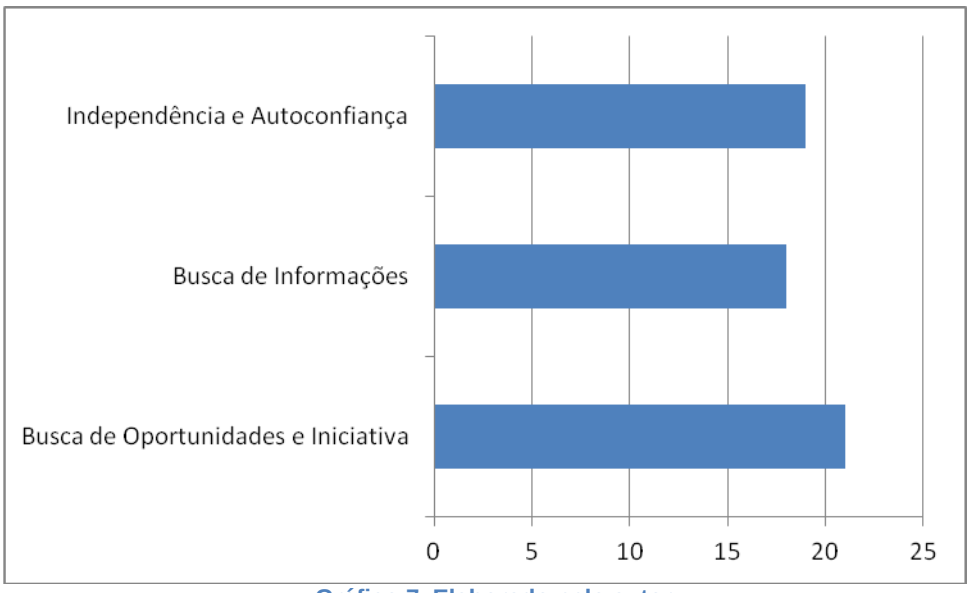

Gráfico 7. Elaborado pelo autor

Dentro das premissas deste estudo podemos afirmar que de acordo com os valores entendidos por David McClelland há a existência de um perfil empreendedor junto as participantes, pois alcançaram na média 15 pontos que é a pontuação mínima entendida para a existência de um perfil empreendedor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o objetivo de verificar o posicionamento da mulheres empreendedoras da cidade de Vilhena em relação as características comportamentais empreendedoras propostas no modelo de David McClelland.

O referencial teórico que fundamentou esta pesquisa se baseia no modelo de McClelland, que fornece as 10 características comportamentais empreendedoras concentrada em 3 variáveis, sendo elas: Realização, Planejamento e Poder.

Os resultados sugerem que existe um perfil empreendedor entre as mulheres de Vilhena, que foram comprovados a partir da análise dos questionários, alcançando média igual ou superior a 15 pontos, ou seja, com base no modelo comportamental de McClelland existe um perfil empreendedor comprovado no cidade. Com relação ao modelo utilizado, observou-se que os fatores com maior pontuação foram Busca e Oportunidades (21 pontos), Comprometimento (19 pontos) e Independência e Auto Confiança (19 pontos). Ainda tratando- se de resultados o perfil sócio demográfico encontrado concentrou-se em mulheres na faixa estaria de 35 a 45 anos, casadas, com pelo menos 1 filho e com nível superior completo.

Considerando-se apenas o resultado obtido com a replicação do questionário de McClelland é benéfico para a sociedade vilhenense, porém, o resultado por si só não assegura que efetivamente estamos tratando de uma atitude comportamental empreendedora na cidade. O comportamento aqui é encarado como um processo a ser construído e consolidado em um intervalo temporal onde fatores e experiências consolidam tal conceito.

O instrumento desta pesquisa foi elaborado na década de 60 com uma sociedade desfrutava de hábitos diferentes quando reportamos para o começo do novo milênio nos anos 2000, sendo esta uma limitação deste estudo.

Desta maneira espera-se contribuir positivamente para a sociedade empreendedora vilhenense de forma a utilizar este estudo para identificar quais características empreendedoras estão sendo efetivamente bem desenvolvidas e as que merecem atenção para melhorar ainda mais o perfil empreendedor encontrado na cidade e como consequência deste aperfeiçoamento o comércio local se tornará mais competitivo e sólido.

Devido a distâncias geográficas elevadas no Estado de Rondônia, esta pesquisa limitou-se a cidade de Vilhena e por escolha do autor o foco foi o público feminino, porém espera-se que este estudo sirva de incentivo para frentes de pesquisas de proporções maiores sobre empreendedorismo no Estado de Rondônia.

6 REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A. J. ; GEWANDSZNADJER, F. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

ASSIS, S. A. G. **A institucionalização de programas de empreendedorismo do sistema indústria : o caso ES – empreendedor**. 2006. Disponível em < http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/2164/1/dissertacao%20Simone%20de%20Ara%C3%BAjo%20G%C3%B3es%20Assis.pdf> Acesso em 23/05/2011.

BARRETO, R. R. ; OLIVEIRA, E. S. O. ; SANTOS, P. C. F**. Potencial empreendedor : uma comparação sob três metodologias.** 2006. Disponível em < http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR530353_8418.pdf> Acesso em 14/05/2001.

BARROS, A. A. ; PEREIRA, C. M. M. A. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico : Uma Análise Empírica**. 2008. Disponível em <http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_790.pdf> Acesso em: 13/06/2011.

BERNARDI, L. A**. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CAGATAY , N. Género, **Probreza y Comercio** . Salt Lake City: Universidad de Utah, Departamento de Economía, 2001.

DOLABELA, F. (1999) - Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo coorporativo : conceitos e aplicações.** Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 81-90, abril/junho, 2004. Disponível em http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewFile/289/276 Acesso em 30/04/2011.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FISCHER, A. ; NODARI, T. M. S.; FEGER, J. E. **Empreendedorismo: algumas reflexões quanto à características**.2008. Disponível em <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race/article/viewFile/378/122 >Acesso em: 17/05/2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C**. Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed.São Paulo: Atlas, 1999.

Global Entrepreneurship Monitor – O Empreendedorismo no Brasil Empreendedorismo no Brasil: 2010 / Simara Maria de Souza Silveira Greco et al. Curitiba : IBQP, 2010. 286 p.

GOMES, A. F. G. ; **O Empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local**. Disponível em <http://www.facef.br/REA/edicao07/ed07_art04.pdf> Acesso em: 13/06/2011.

JONATHAN, E. G. ; SILVA, T. M. R. **Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes**. 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/%0D/psoc/v19n1/a11v19n1.pdf> Acesso em: 02/05/2001

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

MCCLELLAND, D. C. ***The Achieving Society***. New York : Free press, 1961.

MOTA, A. R. S. ; SANTOS, A. M. ; SILVA, T. F. C**. Empreendedorismo : o perfil empreendedor de mulheres de sucesso**. 2004. Disponível em <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/c506bef5daa6352a03256

dea006e9135/bda89e671e43471903256f9700570bff/$FILE/NT000A360A.pdf> Acesso em: 13/05/2011.

NATIVIDADE, D. R. ; **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise**. Rev. Adm. Pública vol.43 no.1 Rio de Janeiro Jan./Feb. 2009**.** Disponível em< http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122009000100011> Acesso: 04/05/2011.

PEREIRA, W**. Elementos de estatística**. São Paulo : McGraw-Hill do Brasil, 1984.

PROBST, E. R. ; **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Disponível em <http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf> Acesso em: 03/05/2011.

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais. Disponível em < http://www.rais.gov.br/> Acesso em : 03/05/2011.

ROBERTS, E.B. Entrepreneurs in High Technology**. Oxford: Oxford University Press, 1991.**

SEBRAE**. Avaliação do programa EMPRETEC no Brasil.** Brasília: SEBRAE, 2002.

SERRA NEGRA, C. A. **Manual de trabalhos monográficos de graduação, especialização, mestrado e doutorado**. São Paulo: Atlas, 2003.

SOUZA NETO, B. Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor brasileiro: o empreendedorismo de necessidade do “virador**”. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2008.**

SOUZA, Eda. Empreendedorismo: da gênese a contemporaneidade. In: SOUZA, Eda; GUIMARÃES, Tomás (Orgs.). **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2005, Cap. 1, p. 3 – 20.. 2001.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário Comportamental de McClelland

Formulário de pesquisa: questionário de David McClelland

1. Este questionário se constitui de 55 afirmações breves. Leia cuidadosamente cada afirmação e decida qual descreve você de melhor forma *(considere como você é hoje, e não como gostaria de ser*). Seja honesto consigo mesmo. Lembre-se de que ninguém faz tudo corretamente, nem mesmo é desejável que se saiba fazer tudo.

2. Selecione o número correspondente à afirmação que o descreve:
1 = nunca
2 = raras vezes
3 = algumas vezes
4 = usualmente
5 = sempre

3. Anote o número selecionado na linha à direta de cada afirmação. Eis aqui um exemplo:

“Mantenho-me calmo em situações tensas - 2.”

A pessoa que respondeu nesse exemplo selecionou o número “2” acima para indicar que, a afirmação a descreve apenas em raras ocasiões.

4. Algumas afirmações podem ser similares, mas nenhuma é exatamente igual.
5. Favor designar uma classificação numérica para todas as afirmações.
6. Este questionário se constitui de diferentes etapas em seqüência; leia atentamente as instruções.

Questionário McClelland para o perfil empreendedor

1 = nunca / 2 = raras vezes / 3 = algumas vezes / 4 = usualmente / 5 = sempre

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, coleto todas as informações possíveis de dar prosseguimento a ele	
8) Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.	
9) Consigo que os outros me apoiem em minhas recomendações.	
10) Tenho confiança que posso estar 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 que 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) Envolvo-me com algo novo só depois de ter feito o possível para assegurar 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 os outros discordam energicamente dos meus pontos de vista.	
22) Aborreço-me quando não consigo o que quero	
1 = nunca / 2 = raras vezes / 3 = algumas vezes / 4 = usualmente / 5 = sempre	
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 especificas 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 eu faria caso sucedam.	
31) Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas.	
32) Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em seu sucesso.	
33) Tive fracassos no passado.	
34) Prefixo 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 como trabalho.	
37) Nunca fico realmente satisfeito com a forma como são deitas 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	
1 = nunca / 2 = raras vezes / 3 = algumas vezes / 4 = usualmente / 5 = sempre	
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 mesmo.	
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.	

Apêndice B – Questionário Sócio- Demográfico

Meu nome é Bruno Rodrigues estou cursando o último semestre do curso de Administração na modalidade à distância pela Universidade de Brasília – UnB.

Venho por meio deste questionário tentar elaborar o perfil empreendedor das gestoras femininas na cidade de Vilhena – RO e por conta disso conto com vossa colaboração e tempo para o preenchimento das questões abaixo.

Vale frisar que este é um questionário no qual sua identidade não precisa ser revelada, e todas as respostas aqui inseridas são apenas para fins acadêmicos.

Sua Idade:

	18 a 25 anos
	25 a 35 anos
	35 a 45 anos
	45 a 55 anos
	55 a 70 anos

Sua Escolaridade:

	Ensino fundamental incompleto/completo
	Ensino médio incompleto / completo
	Ensino superior incompleto
	Ensino superior completo
	Nível de especialização

Seu Estado civil:

	Solteira
	União Estável
	Casada
	Divorciada
	Viúva

Possui filhos?

	Não tenho filho
	Tenho 1 filho
	Tenho 2 filhos
	Tenho 3 filhos
	Tenho mais de 3 filhos

Há quanto desempenha a sua atividade?

	1 a 5 anos
	5 a 10 anos
	10 a 15 anos
	20 a 25 anos
	25 a 30 anos