

## ANÁLISE DO PERFIL DE COMPORTAMENTO DE EMPREENDEDOR: UM DIAGNÓSTICO FUNDAMENTADO NOS MODELOS DE MOTIVAÇÃO DE DAVID MCCELLAND COM INSTRUMENTAL DE RAFAEL PÔNCIO

ANALYSIS OF THE PROFILE OF ENTREPRENEUR BEHAVIOR: A DIAGNOSIS BASED ON DAVID MCCELLAND'S MOTIVATION MODELS WITH INSTRUMENTS BY RAFAEL PÔNCIO

ANÁLISIS DEL PERFIL DE COMPORTAMIENTO DEL EMPRENDEDOR: UN DIAGNÓSTICO A PARTIR DE LOS MODELOS DE MOTIVACIÓN DE DAVID MCCELLAND CON INSTRUMENTOS DE RAFAEL PÔNCIO

João Vítor Barbosa Silva<sup>1</sup>

Cejana Marques Borges<sup>2</sup>

**RESUMO:** Este artigo buscou estudar em profundidade o perfil comportamental de um empreendedor no ramo de produção de bebidas gaseificadas, em Gurupi, cidade do Estado do Tocantins. O objetivo deste trabalho, além de diagnosticar o perfil de comportamento do empreendedor, buscou nos demais pormenores desenvolveres, abordar as origens e as concepções iniciais do empreendedorismo e suas vertentes. Identificar as percepções de pensadores importantes para o empreendedorismo e a economia: David McClelland, Joseph Alois Schumpeter, Peter Drucker, Adam Smith, Idalberto Chiaventato, Thomas Robert Malthus, Richard Cantillon, Jean Baptiste-Say, e Jean Stuart Mill. A metodologia utilizada neste artigo possui, método dedutivo, abordagem qualitativa e o instrumento utilizado para a pesquisa foi a metodologia de Pôncio (2017), adaptado de McClelland. Além disso, a metodologia foi baseada em literaturas de autores e artigos teóricos de caráter científico. Obteve-se, por meio deste artigo, o perfil de comportamento do empreendedor, se é motivado por realizações, por afiliação ou poder.

1374

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Perfil Comportamental.

**ABSTRACT:** This article sought to study in depth the behavioral profile of an entrepreneur in the field of production of carbonated beverages, in Gurupi, a city in the State of Tocantins. The objective of this work, in addition to diagnosing the entrepreneur's behavior profile, sought in the other details to develop, to approach the origins and initial conceptions of entrepreneurship and its aspects. Identify the perceptions of important thinkers for entrepreneurship and economics: David McClelland, Joseph Alois Schumpeter, Peter Drucker, Adam Smith, Idalberto Chiaventato, Thomas Robert Malthus, Richard Cantillon, Jean Baptiste-Say, and Jean Stuart Mill. The methodology used in this article has a deductive method, a qualitative approach and the instrument used for the research was the methodology of Pôncio (2017), adapted from McClelland. In addition, the methodology was based on authors' literature and theoretical articles of a scientific nature. Through this article, the profile of the entrepreneur's behavior was obtained, whether he is motivated by achievements, affiliation or power.

**Keywords:** Entrepreneurship. Behavioral profile.

<sup>1</sup> Graduando em Administração. FASEC – Faculdade Serra do Carmo.

<sup>2</sup>Mestra em Administração. Desenvolvimento Regional. FASEC – Faculdade Serra do Carmo.

**RESUMEN:** Este artículo buscó profundizar en el perfil de comportamiento de un empresario en el campo de la producción de bebidas carbonatadas, en Gurupí, una ciudad en el Estado de Tocantins. El objetivo de este trabajo, además de diagnosticar el perfil de comportamiento del emprendedor, buscó en los demás detalles a desarrollar, acercarse a los orígenes y concepciones iniciales del emprendimiento y sus vertientes. Identificar las percepciones de pensadores importantes para el emprendimiento y la economía: David McClelland, Joseph Alois Schumpeter, Peter Drucker, Adam Smith, Idalberto Chiaventato, Thomas Robert Malthus, Richard Cantillon, Jean Baptiste-Say y Jean Stuart Mill. La metodología utilizada en este artículo tiene un método deductivo, un enfoque cualitativo y el instrumento utilizado para la investigación fue la metodología de Pôncio (2017), adaptada de McClelland. Además, la metodología se basó en literatura de autores y artículos teóricos de carácter científico. A través de este artículo se obtuvo el perfil del comportamiento del emprendedor, ya sea motivado por logros, afiliación o poder.

**Palabras clave:** Emprendimiento. Perfil de Comportamiento.

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um processo que se encontra em constante mudança, evolução e movimento. O empreendedorismo não é estático ou imutável; O empreendedorismo está relacionado com adaptações, transformações e podem responder a estímulos e mudanças de cenários porque o empreendedorismo está sujeito às interações e fluxos contínuos, resultando em um complexo de constante evolução. De igual modo, existem autores que trata o empreendedorismo em duas vertentes de abordagem perspectivas: a corrente econômica e comportamentalista. Uma vez que a perspectiva econômica está voltada para alocação de recursos e maximização de lucros e compreensão dos determinantes econômicos que influenciam o comportamento de quem empreende como ainda as abordagens psicossociais como as características individuais e motivacionais ligadas aos processos de interações sociais que determinam as tomadas de decisões resultantes do comportamento empreendedor.

Segundo Schumpeter UK (1949), em sua obra “The Theory of Economic Development”, os fatos sociais são, ao menos imediatamente, resultados da conduta humana, os fatos econômicos resultados da conduta econômica. E esta última pode ser definida como conduta voltada para a aquisição de bens. No entanto, como estamos preocupados apenas com aquela conduta econômica que se dirige à aquisição de bens por meio de troca ou produção, devemos restringir seu conceito a esses tipos de aquisição, enquanto deixaremos essa abrangência mais ampla para os conceitos de motivo econômico e força econômica, porque precisamos de ambas fora do campo mais estreito dentro do qual falaremos de conduta econômica (SCHUMPETER, 1997, 20 p. tradução própria).

Ademais, segundo David McClelland ES (1988), em sua obra “Estudio De La Motivación Humana”, afirma que nos seres humanos, um incentivo natural pode ser de três componentes: um sinal-estímulo, um estado de ativação central afetiva e o ato consumatório. Sendo o ato

consumatório um tipo de resposta desencadeada da ativação central e do sinal-estímulo (MCCLELLAND, 1988, 26-400 p. tradução própria).

Para Chiavenato BR (2000), a motivação representa a ação de forças ativas e impulsionadoras: as necessidades humanas. As pessoas são diferentes entre si no que tange à motivação. As necessidades humanas que motivam o comportamento humano produzem padrões de comportamento que variam de indivíduo para indivíduo (SANTOS, 2016, 4 p. apud CHIAVENATO).

Assim, reconhecer o perfil do comportamento do empreendedor se torna uma necessidade atualmente, pois diante das correntes reconhecidas como empreendedorismo clássico (tradicional) e o empreendedorismo inovador, o empreendedor se torna um objeto importante e determinante para a vitalidade da empresa.

Portanto, o presente artigo visa analisar o perfil de comportamento de um empreendedor no ramo de fabricação de bebidas gaseificadas. E para esta análise foram utilizados experimentos de adaptações de Haber, visando analisar e identificar com a abordagem e com natureza descritiva o nível de adaptação do empreendedor. Da mesma forma, foi aplicada uma adaptação de Maddi, para aferir a expectativas de novidades com perguntas que o sujeito é o empreendedor, e nessas perguntas o sujeito deverá completar as frases. E por último, foi aplicado uma tabela, de Frech, e referenciada na obra de McClelland, sobre a influência no rendimento de diferentes incentivos envolvendo: demanda, incentivo, disposição do motivo e motivação ativada.

## REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura é um processo de pesquisa. É um processo de análise sistemática de pesquisas, publicações e estudos de uma determinada área do conhecimento. Segundo a UNESP (2015, p. 02), Universidade Estadual de São Paulo, na revisão sistemática são considerados estudos observacionais retrospectivos ou estudo experimentais de recuperação e análise crítica na literatura.

De acordo com Pailaquilén e Medina (2010, p.02):

A revisão sistemática (RS) é um processo desenvolvido para identificar o assunto central de uma revisão de literatura, de interesse para a prática, realizando a busca e a extração dos mais relevantes acorde aos critérios que têm sido auditados e respeitados por outros. Especificamente, é uma pesquisa em si mesma, com métodos planejados com antecipação e com um ensemble dos estudos originais, considerados como seus sujeitos (MEDINA, PAILAQUILÉN, 2010, p.02).

Sendo assim, a RS sobre o tema de empreendedorismo ofereceu benefícios para a pesquisa acadêmica e científica. E devido a isso, ao correlacionar a revisão sistemática de pesquisas, publicações e estudos sobre o empreendedorismo possibilitou a fundamentação teórica deste artigo, pois tratou-se de uma síntese e análise crítica de um conjunto abrangente de estudos a respeito do empreendedorismo, incluindo: tendências, padrões, consistência entre os resultados do estudo, identificações de lacunas, os avanços da área, metodologias e abordagens utilizadas em estudos anteriores assim como as intervenções eficazes.

## HISTÓRICO DOS EMPREENDEDORISMOS: ORIGENS E PRIMEIRAS CONCEPÇÕES

Não se sabe ao certo quando surgiu os empreendedorismos, mas a identificação de um processo característico do empreendedorismo pode ser observada na história das civilizações e seus respectivos períodos: pré-história (idade da pedra lascada, polida e prospecção do metal), idade média (império romano e tomada da Constantinopla) e idade moderna (expansão marítima e revolução industrial). Este processo se tratava de um processo de transação, característico dessas épocas que precediam monetarização da economia. Tal era adjetivado por: negócio fechado, sem relação monetária, comum na crise de 1929, sujeito das explorações vegetais (pau-brasil), no Brasil; denominado “escambo”. O escambo pode representar um dos vestígios que antecedeu o empreendedorismo no mundo.

1377

Na idade média, os grandes processos eram focados apenas nos produtivos. Não era um período característico por assumir grandes riscos, mas para gerenciar os insumos que iriam ser produzidos. Período da historicidade que denominava o sujeito empreendedor como “clérigo”. Assim, para Cruz (2005), a idade média:

Na idade média, o termo empreendedor foi utilizado para aquele que gerenciava grandes processos de produção. Sendo que este não assumia grandes riscos, apenas gerenciava os projetos através da utilização dos recursos disponíveis, quase sempre oriundos do governo em questão. Um típico empreendedor da idade média era o clérigo – pessoa encarregada de obras arquitetônicas, como castelos, fortificações, prédios públicos, abadias e catedrais (CRUZ, 2005, p.22).

Assim, os primeiros vestígios de empreendedorismo estavam fundamentados na troca de mercadorias, embora algumas civilizações dos períodos históricos utilizavam a moeda feita de metais, pois a moeda conferia valor de troca, nas negociações. Civilizações consideradas desenvolvidas devido a importância da moeda na economia, como das civilizações gregas, egípcias e etruscas.

Com a expansão marítima e a chegada dos portugueses no Brasil, é evidenciado que a prática do escambo e das bugigangas europeias estavam ligadas ao pau-brasil e aos povos escravizados, sendo o vegetal um recurso natural que funcionava como um “input” e após ser processado poderia gerar um “output” – instrumentos musicais, mesas e utensílios, por meio da força de trabalho de povos que já habitavam o país “descoberto”.

Ainda, com a Revolução Industrial, causou um aparato em relação aos processos produtivos na Europa. A Europa passa por um período de transição do empreendedorismo manufaturado para o empreendedorismo voltado para o processo industrial com produção em massa e principalmente, diminuição nos custos de produção e rapidez. Assim, neste contexto revolucionário, Malthus (1821, p.49), afirma que: A riqueza não seria o objeto de análise científica se o valor fosse algo impossível de ser definido de forma precisa. Com isso, o empreendedorismo associado às teorias de economia, na época de Thomas Robert Malthus, possuía caráter pessimista. Então, a teoria Malthusiana poderia ser considerado um conjunto que englobava e engloba outros conjuntos determinados:

**Figura 1** – Representação SMART dos determinantes da Teoria Malthusiana em relação as teses de economia.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, adaptado de IESC, 2016.

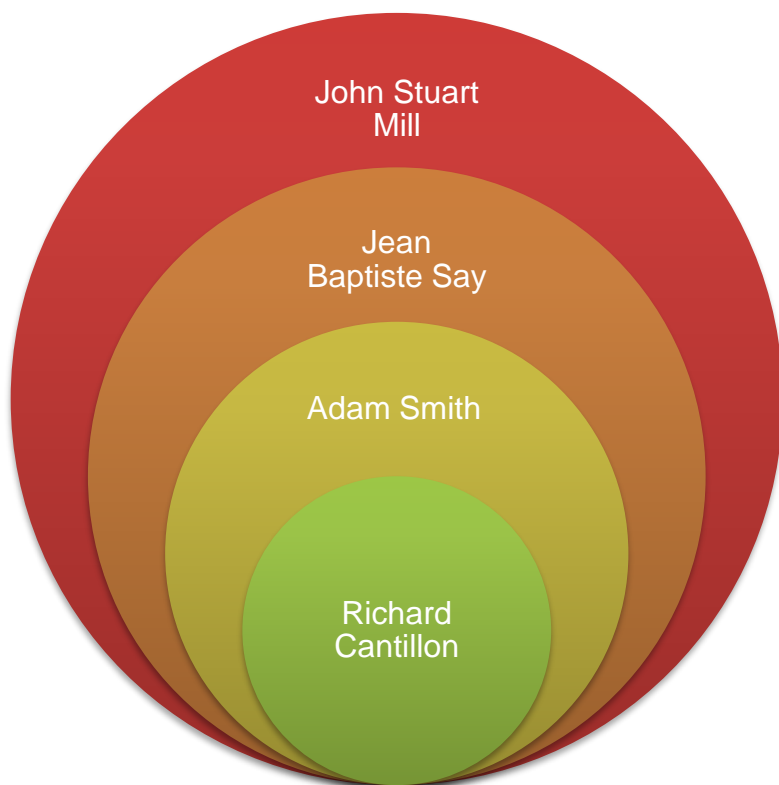
Segundo o Instituto Superior de Engenharia de Coimbra PT, essa teoria parecia consistente, quando elaborado, todavia, não previu os efeitos decorrentes da urbanização, evolução demográfica e principalmente o do progresso tecnológico aplicado à agricultura, ou seja, fatores ambientais também são determinantes do comportamento do empreendedor.

Segundo Peter Drucker em 1750:

Os empreendimentos em grande escala eram mais governamentais do que privados. O primeiro, e por muitos séculos o maior de todos os empreendimentos manufatureiros do Velho Mundo, foi o famoso arsenal do governo de Veneza, por ele dirigido. E as “manufaturas” do século 18, como fábricas de porcelana de Meissen e Sèvres, ainda eram de propriedade do governo. Mas já em 1830, os empreendimentos capitalistas privados em larga escala dominavam no ocidente. E cinquenta anos depois, por ocasião da morte de Marx em 1883, a empresa privada capitalista havia chegado a todas as partes, com exceção de alguns cantos remotos no mundo como o Tibet (DRUCKER, 2004, p.11).

Assim, evidencia que o empreendedorismo em diversas épocas da história da humanidade possuía concepções diferentes. E associado a este contexto, muitos desses empreendimentos resistiram ao capitalismo, à tecnologia o que não impediu que o capitalismo se disseminasse no mundo. Assim, observou-se, em revisões de artigos alguns autores com suas concepções a respeito do empreendedorismo.

**Figura 2** – Representação SMART das primeiras concepções do empreendedorismo.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, adaptado de CARVALHO (2014).

Richard Cantillon, foi um dos primeiros a explorar a função do empreendedor na economia. Em seu ensaio, definiu o empreendedor como um agente econômico que assume riscos financeiros para obter lucros. Ele destacou a importância do empreendedorismo como um motor de crescimento econômico, desempenhando um papel crucial na alocação eficiente de recursos e na inovação. Uma das principais ideias de Cantillon é o conceito de "risco do empreendedor". Ele argumentou que os empreendedores são responsáveis por alocar capital de forma produtiva, antecipando incertezas e assumindo riscos calculados. Essa visão precursora do empreendedorismo contrastava com a teoria econômica dominante da época, que enfatizava o papel passivo dos proprietários de terras e do capital.

Além disso, Cantillon explorou a noção de ciclo econômico, observando como expansões e contrações econômicas podem afetar os empreendedores de diferentes maneiras. Ele destacou a importância da coordenação temporal entre as atividades econômicas e a influência das políticas monetárias nas flutuações econômicas.

Embora o trabalho de Cantillon tenha sido amplamente negligenciado durante sua vida, suas ideias se mostraram influentes ao longo do tempo. Seu conceito de empreendedorismo e suas análises econômicas forneceram uma base teórica para o estudo posterior do empreendedorismo e da economia. Ele é considerado um precursor do pensamento econômico clássico e um pioneiro no estudo do empreendedorismo como uma força motriz na economia.

**Quadro 1** – Representação das primeiras concepções do empreendedorismo

Pensadores	Concepção	Ano
Richard Cantillon	Surgimento de oportunidades	1775
Adam Smith	Instrumento de transformação da procura e oferta	1776
Jean Baptiste Say	Ferramenta de valor	1816
John Stuart Mill	Fundações da empresa privada, envolvendo riscos, gestão de recursos limitados	1848
-	-	-

**Fonte:** Elaborado pelo autor, adaptado de CARVALHO (2014).

Adam Smith, um dos mais influentes economistas e filósofos escoceses do século XVIII, também contribuiu significativamente para a compreensão do empreendedorismo. Sua obra mais famosa, "A Riqueza das Nações", publicada em 1776, é considerada uma das fundações do pensamento econômico moderno. Embora Adam Smith não tenha usado explicitamente o termo "empreendedorismo", ele abordou várias questões relacionadas à atividade empreendedora em sua obra. Smith reconheceu o papel fundamental dos empreendedores como agentes econômicos que coordenam a produção e a distribuição de bens e serviços. Smith enfatizou a importância do empreendedorismo na criação de riqueza e no desenvolvimento econômico.

Ele argumentou que o empreendedor, motivado por seu próprio interesse em obter lucro, busca oportunidades de mercado e inovações que impulsionam o crescimento econômico. Smith considerava o empreendedor como um agente que busca maximizar o uso eficiente dos recursos disponíveis para atender às necessidades e demandas dos consumidores. Em síntese, embora Adam Smith não tenha desenvolvido uma teoria abrangente do empreendedorismo, suas ideias e conceitos econômicos contribuíram para a compreensão do papel dos empreendedores na criação de riqueza, na inovação e no desenvolvimento econômico. Sua defesa da liberdade individual e do livre mercado ressalta a importância de um ambiente favorável ao empreendedorismo para promover o crescimento econômico e o progresso social.

1381

Jean-Baptiste Say fez importantes contribuições para o entendimento do empreendedorismo em sua obra. Ele reconheceu o papel central dos empreendedores na economia e destacou sua importância na geração de riqueza e no desenvolvimento econômico. Uma das principais contribuições de Jean-Baptiste Say para a compreensão do empreendedorismo foi sua ênfase na conexão entre oferta e demanda. Ele argumentava que a produção e oferta de bens e serviços criavam sua própria demanda, uma ideia que ficou conhecida como a "Lei de Say". Segundo ele, os empreendedores, ao produzirem e oferecerem produtos, geram renda para os trabalhadores, que por sua vez gastam essa renda para adquirir outros bens e serviços. Assim, o empreendedorismo impulsiona a atividade econômica e o crescimento. Além disso Jean-Baptiste Say considerava o empreendedorismo como uma ferramenta fundamental para a criação de valor na economia. Ele via os empreendedores como agentes econômicos capazes de identificar oportunidades de mercado, reunir recursos e utilizar a inovação para gerar riqueza e prosperidade.

Para ele, os empreendedores desempenham um papel crucial na transformação de ideias e recursos em produtos e serviços que atendem às necessidades e desejos dos consumidores. Ao



identificar lacunas no mercado e perceber demandas não atendidas, os empreendedores criam novas oportunidades de negócios e impulsionam a atividade econômica.

John Stuart Mill acreditava que o empreendedorismo era essencial para a inovação e a melhoria das condições de vida. Ele via os empreendedores como agentes de mudança, capazes de identificar oportunidades, buscar soluções criativas e introduzir melhorias nos processos produtivos. Através de suas ações empreendedoras, eles poderiam impulsionar a produtividade, aumentar a eficiência e promover o desenvolvimento econômico. Ele, abordou a gestão de recursos limitados no contexto do empreendedorismo, reconhecendo a importância de tomar decisões eficientes e racionais para otimizar o uso desses recursos escassos. Mill entendia que os recursos disponíveis, como capital, mão de obra e matéria-prima, são limitados em relação às necessidades e demandas ilimitadas da sociedade. Nesse contexto, os empreendedores desempenham um papel fundamental na gestão desses recursos, buscando alocá-los da maneira mais eficiente e produtiva possível.

Para Mill, a gestão adequada dos recursos limitados envolve a tomada de decisões baseadas em princípios de utilidade e benefício. Os empreendedores devem considerar cuidadosamente as alternativas disponíveis e escolher aquelas que maximizem o valor e a satisfação para a sociedade como um todo. Isso requer uma análise criteriosa dos custos, benefícios, riscos e impactos das diferentes opções.

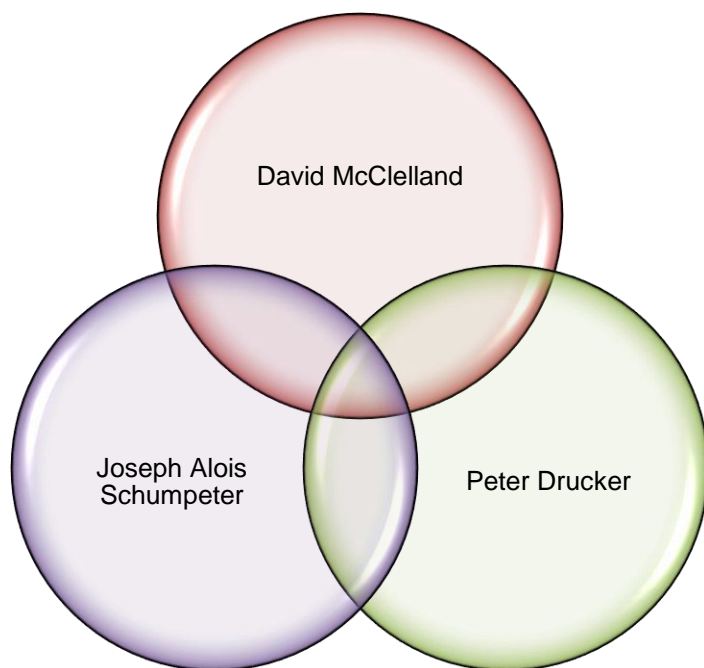
Mill também enfatizava a importância da inovação e do progresso tecnológico na gestão de recursos limitados. Ele acreditava que os empreendedores, ao buscar melhorias nos processos produtivos e na eficiência, poderiam aumentar a produtividade e superar restrições de recursos. A inovação tecnológica permitiria a realização de mais com menos, otimizando o uso dos recursos disponíveis.

Além disso, Mill considerava que a gestão eficiente dos recursos limitados também deveria levar em conta a equidade e a justiça social. Ele acreditava que os empreendedores deveriam buscar o benefício coletivo e evitar práticas que levassem a desigualdades extremas ou à exploração de trabalhadores. Mill defendia a importância da responsabilidade social dos empreendedores e argumentava que eles deveriam considerar o impacto de suas ações na sociedade em geral.

Em suma, John Stuart Mill reconhecia os desafios enfrentados pelos empreendedores na gestão de recursos limitados. Ele enfatizava a necessidade de tomar decisões eficientes e racionais, considerando os princípios de utilidade, inovação e equidade. A gestão eficiente dos recursos

escassos é essencial para o sucesso do empreendedorismo e para alcançar resultados econômicos e sociais positivos.

**Figura 3** – Representação SMART de outros pensadores a respeito das concepções e abordagem do empreendedorismo.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, adaptado de IESC 2016.

1383

McClelland identificou três necessidades psicológicas fundamentais que impulsionam o comportamento empreendedor: a necessidade de realização, a necessidade de afiliação e a necessidade de poder. Para ele:

Entender a motivação humana deveria ser uma coisa boa. Deve nos ajudar a descobrir o que realmente queremos, para evitar perseguir arco-íris que não são para nós. Deve abrir oportunidades de autodesenvolvimento se aplicarmos princípios motivacionais para perseguir nossos objetivos na vida (MCCLELLAND, 1988, p. 201).

A necessidade de realização refere-se ao desejo de estabelecer metas desafiadoras, buscar realizações pessoais significativas e superar obstáculos. Os empreendedores com uma alta necessidade de realização são orientados a metas, persistentes e buscam constantemente desafios e oportunidades de crescimento. Eles se esforçam para serem bem-sucedidos em seus empreendimentos e têm uma motivação interna para alcançar o sucesso.

A necessidade de afiliação diz respeito ao desejo de estabelecer e manter relacionamentos interpessoais harmoniosos e significativos. Os empreendedores com uma alta necessidade de afiliação valorizam as relações sociais, buscam colaboração e apoio e se preocupam com o impacto

de suas ações nos outros. Eles tendem a se envolver em negócios que envolvem interações sociais e buscam criar um ambiente de trabalho cooperativo.

A necessidade de poder se refere ao desejo de influenciar, controlar e ter impacto sobre outras pessoas. Os empreendedores com uma alta necessidade de poder são motivados a assumir a liderança, tomar decisões e exercer influência em seu ambiente de trabalho. Eles estão dispostos a assumir riscos e a assumir responsabilidades para alcançar seus objetivos e ter um impacto significativo em suas organizações.

**Quadro 2** – Representação conceitos encontrados sobre o empreendedorismo

Pensadores	Abordagem	Conceito envolvido
David McClelland	Comportamental	Desejo de empreender (a força de motivação)
Joseph Alois Schumpeter	Inovadora Econômica	Novos produtos, novos seguimentos.
Peter Drucker	Satisfaz necessidades consumidor	as do Idealizações de criatividade e inovação na gestão empresarial
-	-	-

**Fonte:** Adaptado de MCCLELLAND (1988); SCHUMPETER (1949); DRUCKER (2004).

Schumpeter argumentou que o empreendedor desempenha um papel central na economia por meio da introdução de inovações. Ele via o empreendedor como um agente de mudança que perturba o equilíbrio econômico existente, através da introdução de produtos novos, processos produtivos mais eficientes, novos mercados e modelos de negócios revolucionários.

Uma das contribuições mais importantes de Schumpeter foi sua teoria da destruição criativa. Ele argumentava que o empreendedorismo envolve um processo de destruição das estruturas econômicas existentes, com a substituição de antigos métodos de produção e modelos de negócios por outros mais inovadores e eficientes. Essa destruição criativa é fundamental para o progresso econômico e para a melhoria do padrão de vida da sociedade.

Drucker foi um dos primeiros a enfatizar a importância da inovação para o sucesso empresarial. Ele argumentava que os empreendedores são responsáveis por identificar e explorar oportunidades de mercado, introduzindo novos produtos, serviços, processos e modelos de negócios. Sua abordagem ajudou a destacar a inovação como uma competência fundamental para os empreendedores. Ele argumentava que os empreendedores devem entender as necessidades, desejos e demandas dos clientes, e criar valor através da oferta de produtos e serviços que atendam

a essas necessidades. Ele destacou a importância da orientação para o cliente como um fator-chave para o sucesso empresarial. Ele acreditava que os empreendedores devem ser capazes de medir e avaliar os resultados para direcionar suas decisões e melhorar o desempenho organizacional. Ele acreditava que a aprendizagem contínua era fundamental para a inovação e a capacidade de se manter competitivo.

## PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO

Os empreendedores atuais operam em um ambiente altamente dinâmico e competitivo, onde as transformações ocorrem em ritmo acelerado. Eles enfrentam desafios únicos devido às mudanças tecnológicas, globalização, diversificação do mercado e expectativas em constante evolução dos clientes. Além disso, os empreendedores contemporâneos são frequentemente vistos como personagens multifacetados, envolvendo uma combinação de características e habilidades. Eles não são apenas visionários e inovadores, mas também líderes, gestores, estrategistas e comunicadores eficazes. Inicialmente, nas sociedades agrárias, o empreendedorismo estava fortemente ligado à posse de terras e à produção agrícola. Os empreendedores agrícolas eram responsáveis por gerenciar a produção, coordenar recursos e tomar decisões relacionadas à agricultura. No entanto, o conceito de empreendedorismo era limitado e não abrangia todas as atividades econômicas.

1385

Com a transição para a economia mercantil, durante os períodos do Renascimento e da Revolução Industrial, o papel do empreendedor começou a se expandir. Os empreendedores comerciais emergiram como intermediários entre produtores e consumidores, envolvendo-se em atividades como comércio, transporte e finanças. Eles identificavam oportunidades de mercado, organizavam redes de distribuição e assumiam riscos comerciais.

À medida que a sociedade industrial se desenvolvia, o empreendedorismo assumia uma importância ainda maior. Os empreendedores industriais desempenhavam um papel fundamental na criação e no crescimento de indústrias, na introdução de inovações tecnológicas e na organização da produção em grande escala. Eles eram responsáveis pela coordenação de recursos, pelo desenvolvimento de processos produtivos eficientes e pela geração de empregos em massa.

Da mesma forma que o empreendedorismo passou a assumir importância maior, o empreendedorismo desenvolveu perspectivas, ou vertentes. São elas: a econômica, a de inovação, a sociologia econômica, a sociologia e a psicologia.

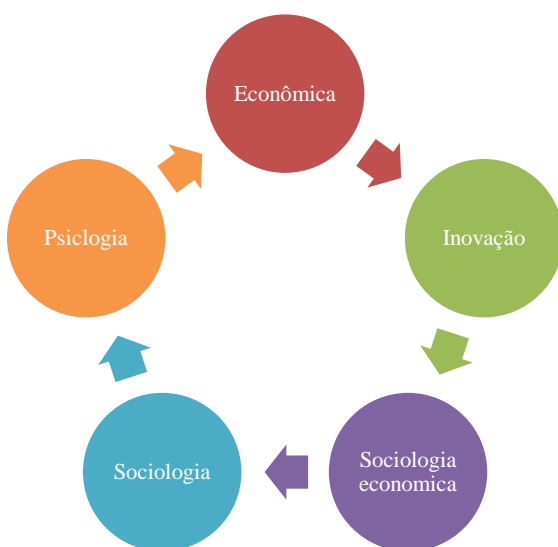
Na vertente econômica, o empreendedorismo refere-se à atividade empreendedora relacionada à criação, desenvolvimento e gestão de negócios com o objetivo de gerar riqueza e crescimento econômico. É uma área de estudo que se concentra nas ações, características e impacto dos empreendedores no contexto econômico.

No empreendedorismo econômico, os empreendedores identificam oportunidades de mercado, mobilizam recursos, assumem riscos e inovam para criar novos empreendimentos ou expandir negócios existentes. Eles são agentes de mudança e impulsionadores do crescimento econômico, pois suas atividades contribuem para a geração de empregos, o aumento da produtividade, a introdução de novas tecnologias e a criação de valor para os clientes. Os empreendedores econômicos podem atuar em diversos setores e indústrias, desde o setor de tecnologia e inovação até o setor de serviços e manufatura. Eles desempenham um papel fundamental na dinamização da economia, estimulando a concorrência, promovendo a inovação e criando oportunidades de negócios.

No empreendedorismo econômico, é importante destacar que os empreendedores não apenas criam novos negócios, mas também podem gerar mudanças significativas em empresas existentes, introduzindo novas ideias, processos e estratégias. Eles estão constantemente em busca de oportunidades, adaptando-se às mudanças do mercado e desenvolvendo soluções inovadoras para atender às demandas dos consumidores.

Assim, segundo Schumpeter, o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente ao introduzir novos produtos e serviços (...).

**Figura 4** – Representação SMART das vertentes/perspectivas teóricas do empreendedorismo.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, adaptado de VALE, 2016.

O empreendedorismo de inovação refere-se a uma abordagem empreendedora que se concentra na criação e introdução de inovações significativas no mercado. Nesse contexto, o empreendedor busca identificar oportunidades para desenvolver e comercializar novos produtos, serviços, processos ou modelos de negócio que tragam mudanças significativas e impactantes. O empreendedorismo de inovação desempenha um papel crucial no avanço tecnológico, no crescimento econômico e na transformação social. Ao introduzir inovações, os empreendedores de inovação impulsionam a competitividade, a produtividade e a criação de valor em diversos setores da economia.

No contexto do empreendedorismo, a sociologia econômica pode fornecer insights valiosos sobre o papel dos empreendedores na sociedade e como suas ações são influenciadas por fatores sociais e estruturais. A sociologia econômica analisa como as normas, valores e crenças sociais moldam as oportunidades e as percepções dos empreendedores. A cultura empreendedora de uma sociedade, suas tradições empresariais e suas estruturas sociais podem influenciar a criação e o sucesso dos empreendimentos. Destaca a importância das redes sociais e do capital social para os empreendedores. As redes de contatos, a colaboração e o acesso a recursos são elementos fundamentais para o empreendedorismo, e a sociologia econômica examina como essas redes se formam e como podem influenciar o sucesso dos empreendedores. Examina como as desigualdades sociais, como gênero, raça, classe e acesso a recursos, influenciam a participação e o sucesso dos empreendedores. Ela investiga como essas desigualdades afetam o acesso a oportunidades empreendedoras e como podem ser mitigadas por meio de políticas e intervenções.

## MÉTODOS

As fontes de dados utilizadas são primárias: dados transportados em forma de gráficos mediante fontes fundamentadas em pesquisas e questionários estruturados e entrevista direta com o empresário, como também a observação direta de eventos e comportamentos por meio de adaptações de experimentos referenciados no livro de McClelland e Pôncio. Ademais, também foram utilizadas as fontes secundárias, os estudos de pesquisas e existente que foram realizados por outros pesquisadores. Isto inclui as revisões em bibliográficas, artigos científicos, relatórios acadêmicos e livros. O uso de gráficos em trabalhos acadêmicos, como teses, dissertações, relatórios de pesquisa ou artigos científicos, pode ser uma maneira eficaz de apresentar dados, resultados e informações de forma visualmente atraente e compreensível. Os gráficos ajudam a

transmitir informações complexas de maneira clara e concisa, permitindo que os leitores entendam facilmente padrões, tendências e relações nos dados.

Segundo Populim e Garcia, em seus estudos:

Constatou-se que os gráficos podem ser usados em muitas situações para facilitar leituras de dados, fazendo necessário o suporte de um tutorial que apresente esse conhecimento (POPULIM, GARCIA, 2016, p.16).

Para a coleta de dados, usando o instrumento de Pôncio, fez-se necessário entrar em contato com o empreendedor e realizar uma entrevista. Na entrevista o entrevistado deveria responder um (escore), de forma que equivalesse com o seu perfil comportamental. Quanto maior o escore da afirmativa (5), mas afim daquele comportamento o empreendedor estaria. Todavia, não foi informado das particularidades das afirmativas para o entrevistado, tendo em vista que o conhecimento destas particularidades (tendenciosas), poderiam influenciar em um resultado não fidedigno. A entrevista foi realizada em um domingo, 17 de junho de 2023, em Gurupi-TO.

Após a entrevista, as afirmativas foram condensadas em “afirmativas X”, sendo “x” o número da ordem da afirmativa. Sendo que foram 15 afirmativas. Aas afirmativas foram repassadas para um tabela e realizado o somatório de cada afirmativa correspondendo suas respectivas modalidades de motivação de comportamento: realização, afiliação e poder.

1388

Após isso, os dados para melhor serem compreendidos, foram transportados em série, tabela secundária de Excel, no Word. Para isso foi utilizado os seguintes comandos, no word: “inserir”, “Gráfico”, “Radar”, “Radar tipo 2: com marcadores”, “transferir dados em série”, “nomear afirmativas”, “Finaliza”, “Editar recursos visuais”. Este artigo possui abordagem descritiva e natureza qualitativa, embora há presença de gráfico, o objetivo do gráfico foi melhor a visualização.

Um gráfico radar, também conhecido como gráfico de teia ou gráfico de aranha, segundo inferências das funcionalidades do Word, é um tipo de gráfico utilizado para visualizar dados multivariados em um formato circular. Esse tipo de gráfico é especialmente útil quando se deseja comparar várias variáveis em relação a um ponto central. As principais características encontradas no gráfico do tipo radar são os “eixos radiais”, o gráfico apresenta vários eixos que irradiam do centro em direções diferentes, representando as diferentes variáveis a serem comparadas. Esses eixos são equidistantes entre si e têm um ponto de origem comum no centro do gráfico. As “linhas de dados”: As linhas são desenhadas conectando os pontos de dados correspondentes a cada variável ao longo dos eixos radiais. A forma resultante do polígono formado pelas linhas de dados representa o padrão ou perfil do conjunto de dados. Os ângulos e distâncias: os ângulos entre os

eixos e as distâncias entre o centro e as linhas de dados são usados para transmitir informações sobre a magnitude e a direção dos valores de cada variável. Valores mais altos são representados por linhas mais longas, enquanto valores menores são representados por linhas mais curtas.

O gráfico radar é frequentemente usado para comparar várias categorias ou grupos de dados em relação a múltiplas variáveis. É especialmente útil quando se deseja visualizar as diferenças e semelhanças entre essas categorias em termos de suas características ou desempenho.

A metodologia utilizada neste artigo possui, método dedutivo, abordagem qualitativa e o instrumento utilizado para a pesquisa foi a metodologia de Pôncio (2017), adaptado de McClelland.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente artigo teve como objetivo analisar em profundidade o perfil de um empreendedor, na cidade de Gurupi no Tocantins. Para esta análise foi necessário o uso afirmativas visando compreender o perfil do comportamento empreendedor: instrumento de Pôncio. Estas afirmativas de Pôncio, o qual fundamentou-se no psicólogo David McClelland. As perguntas possuíam caráter tendenciosas visando identificar se o empreendedor possui um comportamento motivado por realização, afiliação ou poder. O questionário aplicado possuía 15 afirmativas totais, cada afirmativa possuía um caráter implícito em que envolvia as motivações definidas por McClelland. Com isso, segundo Pôncio, 2017, dentre as afirmativas, a que possuir um maior subtotal determina o perfil comportamental do empreendedor.

1389

**Quadro 3** – Representação dos resultados obtidos em relação aos questionários aplicados com 15 afirmativas.

	Realização		Afilição		Poder
Afirmativa 4	5	Afirmativa 2	5	Afirmativa 1	5
Afirmativa 5	5	Afirmativa 6	4	Afirmativa 3	5
Afirmativa 7	5	Afirmativa 8	5	Afirmativa 9	3
Afirmativa 11	5	Afirmativa 12	3	Afirmativa 10	4
Afirmativa 15	5	Afirmativa 13	5	Afirmativa 14	3
<b>Subtotal:</b>	25	<b>Subtotal:</b>	22	<b>Subtotal:</b>	20

**Fonte:** Elaborado pelo autor (2023).

Assim, as afirmativas adotadas para o estudo, realizado possuía um valor de auto avaliação de 1 a 5, na percepção do empreendedor. Os valores utilizados para aferição correspondiam a : 1 – Nunca, 2 - Poucas Vezes ,3 - Mais ou menos, 4 - Muitas Vezes, 5 – Sempre.

**AFIRMATIVA 1:** O quanto você gosta de estar no comando.

**AFIRMATIVA 2:** O quanto você gosta de fazer parte de grupos e organizações.



**AFIRMATIVA 3:** O quanto você confronta ou discorda de pessoas que fazem coisas que desagradam você.

**AFIRMATIVA 4:** O quanto você se esforça muito em sempre melhorar seu desempenho.

**AFIRMATIVA 5:** O quanto você adora estabelecer a atingir metas realistas.

**AFIRMATIVA 6:** O quanto você gosta mais de trabalhar em grupo do que sozinho (a).

**AFIRMATIVA 7:** O quanto você sente-se gratificado quando termina uma tarefa difícil.

**AFIRMATIVA 8:** O quanto você quer ser benquisto pelas pessoas.

**AFIRMATIVA 9:** O quanto gosta de competir e ganhar.

**AFIRMATIVA 10:** O quanto você esforça-se para ter controle sobre acontecimentos que te cercam.

**AFIRMATIVA 11:** O quanto você gosta de enfrentar grandes desafios.

**AFIRMATIVA 12:** O quanto frequentemente você se pega conversando com seus colegas de trabalho sobre assuntos alheios ao serviço.

**AFIRMATIVA 13:** O quanto você possui a tendência de estreitar relacionamento com seus colegas de trabalho.

**AFIRMATIVA 14:** O quanto você gosta de influenciar as pessoas para que façam as coisas do seu modo.

**AFIRMATIVA 15:** O quanto você, ao terminar uma tarefa quer saber o quanto você progrediu.

Assim, a partir dos dados obtidos e processados para gerar informações, foi observado que as afirmativas 4, 5, 7, 11 e 15, referentes a modalidade “realização” obteve maior subtotal, ou seja, 25. Em contrapartida, as afirmativas 1, 3, 9, 10 e 14 foi observado a que obteve um menor subtotal, o equivalente a 20. A modalidade baixo subtotal é a de “poder”, cabendo destacar que recebeu resultado 3 (mais ou menos) para as afirmativas 9 e 14 e para a afirmativa 10 resultado igual a 4 (muitas vezes) e para as afirmativas 1 e 3 observou-se resultado 5 (sempre).

Em uma modalidade com resultado intermediário, a modalidade de “afiliação”, observou se que das afirmativas 2, 6, 8, 12 e 13, somente a afirmativa 12 obteve resultado de valor igual a 3 (mais ou menos) e somente a afirmativa 6 obteve resultado igual a 4 (muitas vezes). As demais afirmativas 2 e 13 obtiveram resultados igual a 5 (sempre). O subtotal equivalente a 22.

Para melhor visualização, os dados foram transportados para gráficos do tipo “radar”. Com as respectivas modalidade comportamento, afirmativas e resultados obtidos para a diagnose do perfil de comportamento do empreendedor que foi estudado, em Gurupi, cidade do Estado do Tocantins. Vale destacar que o teste de diagnose de perfil de comportamento do empreendedor

possui fonte baseada nas teoria do grande pensador e psicólogo David McClelland, e a fonte em que a se foi buscado o teste de diagnose está contemplada no site do professor e administrador Pôncio.

Segundo Pôncio 2017, fundamentado nas Teorias McClelland, as pessoas motivadas pela realização, afiliação e poder, possui as seguintes características, conforme quadro abaixo:

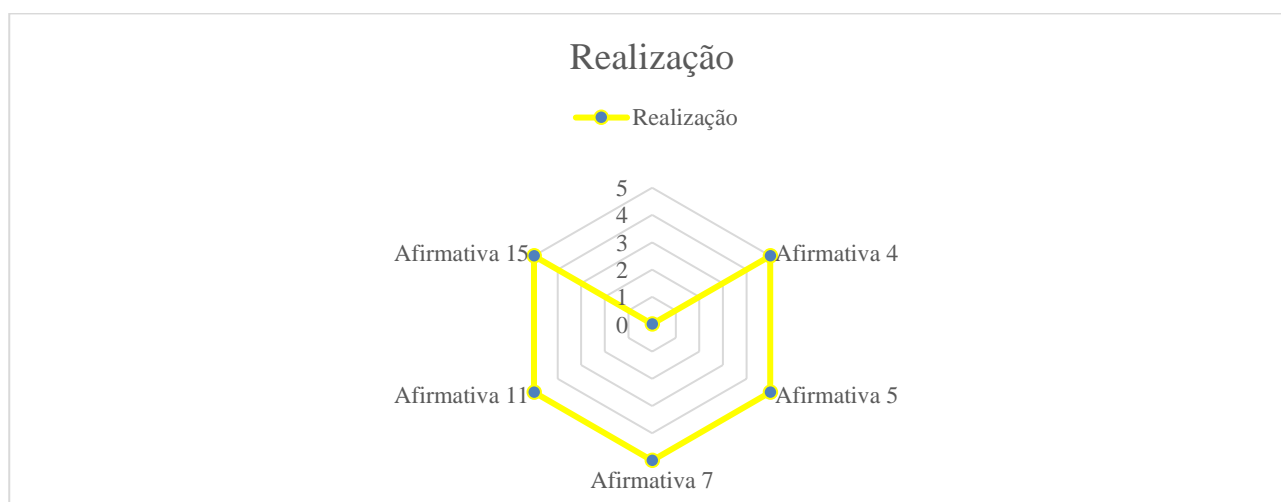
**Quadro 4** – Características comportamental segundo Pôncio 2017 fundamentado em McClelland..

Realização	Afiliação	Poder
<ul style="list-style-type: none"> <li>Assumem responsabilidade pessoal por suas ações;</li> <li>Gostam de tomar iniciativa;</li> <li>Estabelecem metas elevadas, porém realistas;</li> <li>Procuram realizar o melhor de si mesmo;</li> <li>Gostam de fazer as coisas de maneira criativa e inovadora;</li> <li>Gostam de receber <i>feedback</i> para melhorar seu desempenho;</li> <li>São competitivas;</li> <li>Assumem riscos moderados (nem fáceis demais ou difíceis demais).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dão mais importância às pessoas do que às tarefas;</li> <li>Procuram amizade e aprovação das pessoas;</li> <li>Desejam relações próximas e amigáveis;</li> <li>São mais produtivas quando trabalham com outras pessoas num ambiente de cooperação;</li> <li>Preocupam-se com o bem-estar da equipe;</li> <li>Interessam-se em resolver conflitos de forma amigável;</li> <li>Têm empatia com as pessoas e procuram fazer com que os indivíduos gostem delas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procuram exercer influência e controle sobre os outros;</li> <li>Gostam de impressionar e provocar impacto;</li> <li>Gostam de ocupar posições de liderança e comando;</li> <li>São competitivas;</li> <li>Apreciam prestígio e status;</li> <li>Assumem riscos elevados;</li> <li>Sabem persuadir e influenciar as pessoas.</li> </ul>

**Fonte:** Elaborado pelo autor, adaptado de PÔNCIO (2017) apud MCCLELLAND (1988).

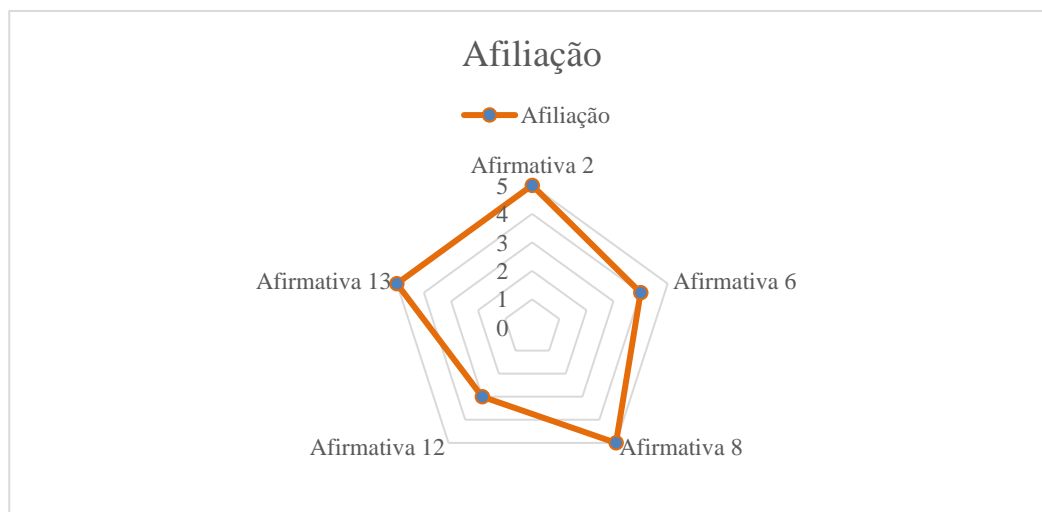
Pode-se observar no quadro acima que o perfil de comportamento de um empreendedor envolve um conjunto de habilidade humanas, gostos ou desejos, conhecimentos.

**Gráfico 1** – Representação visual do modelo “realização”.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, (2023).O gráfico acima (1) é uma visualização da modalidade de “realização” supracitado. Maior subtotal.

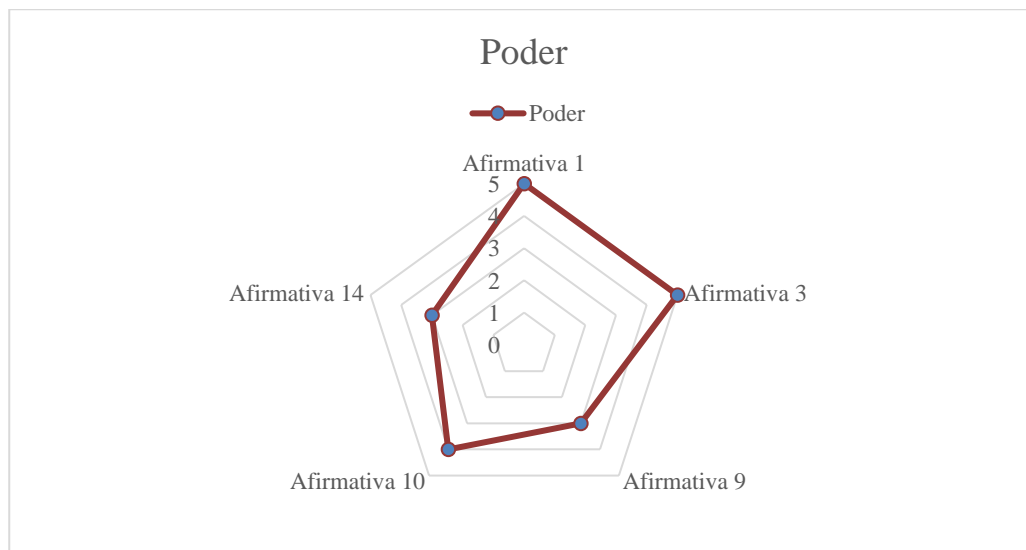
**Gráfico 2** – Representação visual do modelo “afiliação”.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, (2023).

O gráfico dois representa a modalidade comportamental “afiliação”. Modalidade de resultado intermediário, com subtotal igual a 22.

**Gráfico 3** – Representação visual do modelo “poder”.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, (2023).

O gráfico dois representa a modalidade comportamental “poder”. Modalidade de menor resultado, com subtotal igual a 20.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve o objetivo de diagnosticar por meio de coleta e análise de dados de testes que foram fundamentados nas teorias comportamentalista de David McClelland, o instrumento de Pôncio. Objeto de estudo é um empreendedor no ramo de produção de bebidas

gaseificadas, em Gurupi – TO. A empresa surgiu da necessidade de fomentar dois biomas do Brasil, Cerrado e Amazônia. Considerado as Teorias (modalidades comportamentalista) de McClelland, conclui-se que é importante o empreendedor se conhecer diante do cenário competitivo, pois somente se conhecendo ele poderá se preparar para novas percepções, cenários ambientais internos e externos diferentes que estão envolvendo o empreendedorismo.

Ainda mais, vale destacar que diante das observações obtidas, pode-se chegar a uma diagnose abordada por Pôncio, 2017, (fundamentada por McClelland): a de que o empreendedor entrevistado possui um perfil comportamental motivado por realizações. E esse perfil pode ser evidenciado no gráfico 1 e associado juntamente com o quadro de amostras em que relaciona-se as afirmativas correspondente da modalidade “realização”. O empreendedor estudado, então, é uma pessoa que assume responsabilidade pessoal por suas ações, toma iniciativas, gosta de inovação, dar retorno ao cliente, é competitivo, assume riscos que são moderados e estabelece metas elevadas, porém realistas – resultado fundamentado em Pôncio e McClelland.

## REFERÊNCIAS

MEDINA, Eugênia; PALAQUILÉN, René. **A revisão sistemática e sua relação com a prática**. Artigos teóricos, SciELO, 2010.

VALE, Gláucia. **Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração**. Documentos e Debates. SciELO, 2014.

CRUZ, Carlos. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo da vida das organizações**. Um estudo de caso. Artigos da UFSC, 2005.

SILVA, Daniel. **Escambo**. Artigo Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/escambo.htm>. Acesso em 21 de jun. de 2023.

CAVALCANTE, Zedequias; SILVA; Mauro. **A importância da Revolução Industrial no Mundo da Tecnologia**. Periódicos UNICESUMAR, 2011.

CARVALHO, Luísa , COSTA, Teresa; GALINA, Simone. **Empreendedorismo**. Cadernos da Universidade de São Paulo, USP, 2016.

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. Acervo da Universidade de São Paulo, USP, 17-54 p.

SAY, Jean. **Jean Baptiste-Say: o patrono da escola clássica francesa**. Universidade de São Paulo, USP, 1-34 p.

LONGEN, Márcia. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor**. Repositório Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, 1997, 1-130 p.

GOMES, Amiralva, LIMA, Juvêncio, CAPELLE, Mônica. **Do Empreendedorismo à noção de ações empreendedora: reflexões teóricas**. Revista Alcance, 2013, 2-19 p.

PÔNCIO, Rafael. **Teste da Teoria das Necessidades Adquiridas (por David McClelland)**. Disponível em: <https://www.emprederegerir.com.br/2017/05/teste-da-teoria-das-3-necessidades.html> . Acesso em 20 de jun. 2023.

Citações. David McClelland. Disponível em: <https://citacoes.in/citacoes/1730327-david-c-mcclelland-understanding-human-motivation-ought-to-be-a-good/>. Acesso em 20 de jun. 2023

IESC, Instituto Superior de Engenharia de Coimbra. **Teoria Populacional Malthusiana**. Caderno do IESC, 2014, 1-11 p.

CURY, Antonio. **Organização e Métodos Uma Visão Holística (Perspectiva Comportamental e Abordagem Contingencial)**. Atalas, São Paulo, SP, 7 ed. 101-402 p.

DRUCKER, Peter. **Sociedade Pós-Capitalista**. Pioneira, São Paulo, SP, ed. 1-175 p.

DURIGON, Guilherme. **Perfil empreendedor e aprendizagem experiencial**. Repositório UFGD, 2018, 6-47 p.

SCHUMPETER, Joseph. **The Theory of Economic Development**. London: Oxford, 1949.

MCCLELLAND, David. **Estudio de la motivacion Humana**. Espanha: Madrid, 1988.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional: A Dinâmica do Sucesso das Organizações**. 4. ed. Rio de Janeiro-RJ: Atlas, 2021; 102 p.

Impulsão profissional. **Teste de Motivação Pessoal**. Disponível em: <https://alunos.impulsaoprofissional.com.br/wp-content/uploads/Teste-sua-motivac%CC%A7a%CC%83o-pessoal.pdf>. Acesso em: 21 de jun. de 2023.

1394

SANTOS, Raquel. **Motivação no ambiente de trabalho: uma aplicação da teoria dos dois fatores de Frederick Herzber**. PUC RRIO, 2016, 2-47 p.

POPULIM, Henriqueta, GARCIA, Sandra. **Aplicação de uma metodologia usando tabelas e gráficos com dados na área administrativa**. Caderno PDE: Governo do Paraná, dia-a-dia educação, 2-22 p.