

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

**CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO
COM ACADÊMICOS DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA UNIVERSIDADE
BRASILEIRA**

**ENTREPRENEURIAL BEHAVIORAL CHARACTERISTICS: A STUDY WITH
BUSINESS STUDENTES OF A BRAZILIAN UNIVERSITY**

Italo Fernando Minello, Rafaela Escobar Bürger, Cristiane Krüger e Luis Felipe Dias Lopes

RESUMO

O Brasil vem desde 2008 em um processo de retração econômica (FERREIRA E CALLADO, 2015). Isso evidencia a necessidade latente em incentivar novos empreendedores para que estes impactem o desenvolvimento da economia, gerando novas ideias e as transformando em empreendimentos lucrativos Raufflet, Bres e Fillion (2014). Nessa perspectiva, o estudo objetivou analisar as características comportamentais empreendedoras mais evidentes em acadêmicos de administração. Em termos específicos, almejou-se: i) traçar o perfil dos acadêmicos de administração da IFES; e ii) mapear as características comportamentais empreendedoras dos referidos acadêmicos. A abordagem metodológica utilizada foi quantitativa, descritiva, baseada em pesquisa teórico-empírica. Utilizou-se o instrumento das características comportamentais empreendedoras (CCE's) de McClelland (1972). Como resultado os alunos evidenciaram, dentre outros aspectos características baixas e muito baixas como: persistência; persuasão e redes de contato; correr riscos calculados. No entanto, estes alunos apresentaram característica de nível alto e muito alto para: estabelecimento de metas. Das limitações percebidas, não houve a possibilidade de poder abordar um grupo maior de alunos com o questionário, dada a limitação temporal do estudo.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Características Comportamentais Empreendedoras, Administração.

ABSTRACT

Brazil has, since 2008, in a process of economic downturn (FERREIRA AND CALLADO, 2015). This highlights the latent need to encourage new entrepreneurs so that they impact the development of the economy, generating new ideas and turning them into profitable ventures (RAUFFLET, BRES AND FILION, 2014). In this perspective, the study aimed to analyze the entrepreneurial behavioral characteristics more evident in academic administration. Specifically, it craved: i) profile the academic administration of IFES; and ii) map the entrepreneurial behavioral characteristics of the academic said. The methodological approach used was quantitative, descriptive, based on theoretical and empirical research. We used the instrument of entrepreneurial behavioral characteristics (CCE's) McClelland (1972). As a result the students showed, among other things low and very low characteristics such as persistence; persuasion and contact networks; take calculated risks. However, these students presented high and very high level of indirection for: setting goals. The perceived limitations, there was the possibility to address a larger group of students with the questionnaire, given the temporal limitation of the study.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial behavioural characteristics, Management.

1. INTRODUÇÃO

Os índices de desemprego brasileiro demonstrados no Relatório de Inflação (2015) encontram-se em patamares como nunca vistos. Segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2015, 81 mil empregos formais foram eliminados e o PIB brasileiro recuou 0,2% no primeiro trimestre desse ano, em relação ao quarto trimestre de 2014 (IBGE, 2015). Conforme Ferreira e Callado (2015), o Brasil vem desde 2008 em um processo de retração econômica. Isso se sustenta no próprio incremento dos indicadores que compõe o risco Brasil, o que contribui para diminuir a taxa de atratividade de investidores estrangeiros no país, fato que justifica o aumento do desemprego e salários menores para a população.

Tais indicadores evidenciam a necessidade latente em incentivar novos empreendedores para que estes impactem o desenvolvimento da economia, gerando novas ideias e as transformando em empreendimentos lucrativos Raufflet, Bres e Filion (2014). Nesse sentido, existe uma dependência cada vez maior da capacidade de ativos intelectuais para gerar ideias que visem o desenvolvimento econômico e social (QUANDT et al., 2014). Mesmo em outras épocas, resgatando-se Schumpeter (1985), os empreendedores já assumiam papel relevante nestas frentes, por se caracterizarem como detentores de habilidades capazes de impulsionar tal processo de desenvolvimento.

Estes indivíduos empreendedores, na visão de McClelland (1972), possuem uma estrutura motivacional diferenciada pela presença marcante da necessidade de realização, o que os encoraja a buscar objetivos que envolvem atividades desafiadoras, porém com riscos calculados. Tais características podem ser aperfeiçoadas, mediante processos de aprendizagem (POLITIS, 2005; HOLCOMB et al., 2009; DOLABELA; FILION, 2013; ZAMPIER e TAKAHASHI, 2014). Nesse processo de aprendizagem, desponta a universidade, com o papel de desenvolver os alunos.

Nesse sentido, o ensino em cursos de graduação deve oportunizar conhecimentos que ampliem a formação superior básica. Devem, ainda, estar em sintonia com as demandas da sociedade, assim como com a geração de conhecimentos na área de empreendedorismo, por meio de pesquisa científica. Desta forma, poderá haver contribuição mais efetiva para a qualidade de vida das pessoas, minimizando as desigualdades sociais, e oportunizando a geração de emprego e renda (FLORES; HOELTGEBAUM; SILVEIRA, 2008).

Sob esse enfoque, Garcia (2012) defende que uns dos principais instrumentos que contribuem para o desenvolvimento econômico e tecnológico dos países são os empreendedores acadêmicos, ou seja, empreendedores que ainda estão inseridos em instituições de ensino superior. Isso ocorre devido à possibilidade desses alunos criarem organizações estruturadas a partir de conhecimentos científicos e tecnológicos. Ainda segundo o autor, os empreendedores acadêmicos apresentam maior capacidade, se comparado a empreendedores não acadêmicos, para a concepção de novas organizações, em função de que, muitas vezes, os negócios gerados por eles são frutos de resultados de pesquisas acadêmicas aprofundadas cientificamente (GARCIA, 2012). Desse modo, tais empresas possuem maiores chances de estabelecer atividades inovadoras, contribuindo assim, para efeitos ou resultados positivos para a sociedade. Colaborando com isso, a Comissão Europeia (2007) reforça a relevância de programas de formação empreendedora identificando países como Espanha, Irlanda, Chipre, Polônia e Reino Unido que contemplam o empreendedorismo nos currículos de ensino básico. Somado a isso, destaca-se que a referida Comissão, em 2012, estabeleceu diretrizes estratégicas para o avanço do perfil empreendedor através da educação como uma das principais ações para a promoção da atividade empreendedora no referido bloco (COMISSÃO EUROPEIA, 2012).

Outra questão relevante, em relação ao ensino do empreendedorismo, diz respeito ao seu objetivo, que consiste tanto em repensar um negócio já existente, quanto estruturar um novo negócio, incentivando o comportamento empreendedor (KRAKAUER et al., 2015) e

preparando o aluno para ingressar no mercado de trabalho. Nessa perspectiva, o mercado passou a ser um desafio para os formandos, as empresas não conseguem mais absorver profissionais e os alunos devem ser estimulados a desenvolver seu potencial empreendedor, para assegurar seu futuro profissional (MOREIRA, 2015). Neste cenário, se inserem os futuros administradores, hoje acadêmicos do curso de administração, os quais atuarão em atividades empresarias que demandam certas habilidades que podem ser aprimoradas com o desenvolvimento de características empreendedoras ao longo da graduação, vislumbrando uma melhor inserção e adaptação às exigências do mercado de trabalho. Segundo Minello (2010), é a partir do nível de habilidades que os alunos apresentam maior propensão de apresentar características empreendedoras, podendo estas ser moldadas e estimuladas.

A partir do exposto, tem-se como problema de pesquisa: Quais são as características comportamentais empreendedoras mais evidentes em acadêmicos de Administração de uma instituição de ensino federal brasileira?

Nessa perspectiva, o presente estudo, o qual é um recorte de um projeto de desenvolvimento institucional sobre educação empreendedora, que está sendo desenvolvido em uma Instituição Federal de Ensino Superior (IFES) brasileira, visa analisar as características comportamentais empreendedoras mais evidentes em acadêmicos de administração, a partir da identificação das características comportamentais empreendedoras nos alunos de graduação desta IFES brasileira. Em termos específicos, almeja-se: i) traçar o perfil dos acadêmicos de administração da IFES; e ii) mapear as características comportamentais empreendedoras dos referidos acadêmicos.

Entende-se que o presente estudo pode contribuir para uma reflexão acerca do estudo do empreendedorismo junto aos alunos do curso de administração e para o aperfeiçoamento dos conhecimentos adquiridos durante o período acadêmico, relacionando-os com a prática. E, com relação ao reflexo social, este projeto pode fomentar a atividade empresarial da região, fortalecendo a capacidade competitiva de empresas oriundas do meio acadêmico, proporcionando com isso, maior circulação de renda, mais empregos e repercutindo na melhoria da qualidade de vida da população.

2. CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

Sabe-se que o empreendedorismo é identificado como um fenômeno propulsor do desenvolvimento econômico, visto que está positivamente relacionado a criação de novas empresas e geração de empregos (MONTEIRO, 2014). O empreendedor, nesse sentido, é caracterizado como um agente de mudança inovador que, por meio de características especiais e habilidades específicas, desempenha determinada atividade empreendedora (SCHUMPETER, 1985). Minello (2014, p. 79) parece corroborar a ideia, no momento em que afirma que o empreendedor é aquele “que desenvolve algo inovador, tem iniciativa, capacidade de organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático e aceita o risco ou o fracasso de suas ações”.

Sob essa perspectiva, Lorentz (2015) evidencia que o indivíduo empreendedor manifesta uma série de características que o identifica, distinguindo-o de acordo com o conjunto de habilidades que mais se aproxima da sua forma de ser. Sob essa perspectiva, as características empreendedoras fazem com que o empreendedor seja é um ator social dinâmico em questões comportamentais (MARINHO, 2016). A partir disso, para identificar o comportamento empreendedor e as características empreendedoras, Brancher et al. (2012), aponta que é necessário analisar o trabalho de David McClelland (1961).

Para McClelland (1961), o indivíduo empreendedor possui três conjuntos de necessidades motivadoras - realização, afiliação/planejamento e poder-, que independem de gênero, idade ou cultura. A necessidade de realização é identificada como a primeira

necessidade empreendedora e evidencia a aceitação do indivíduo ante às suas habilidades (BARTEL, 2010). A afiliação demonstra a necessidade de estabelecer ou manter relações emocionais com as pessoas, resultando da sua capacidade de planejamento para soluções de dificuldades a partir de tais relações (MCCLELLAND, 1961). A necessidade de poder refere-se à preocupação do indivíduo em exercer poder sobre outros.

Nessa perspectiva, Engelman e Fracasso (2011) salientam que considerar as características empreendedoras – busca de oportunidades e proatividade, tolerância ao risco, persistência, exigência de qualidade, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento, persuasão, independência (MCCLELLAND, 1962) e outras habilidades e características individuais – pode contribuir para o desenvolvimento econômico e social, razão pela qual tais características ganham relevância, devendo ser desenvolvidas (RAUPP; BEUREN, 2011).

A partir disso o autor identifica uma série de características comportamentais empreendedoras (CCE), as quais foram divididas nessas três necessidades, conforme o Quadro 1 a seguir:

Quadro 1 - Características empreendedoras e comportamento empreendedor

Categoria	Características	Comportamentos
Realização	Busca de oportunidades e iniciativa	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes, de forçado pelas circunstâncias; Age 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 alternativa e calcula riscos deliberadamente; age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
	Persistência	Age 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.
	Exigência de qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido 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 atingimento 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.
Categoria	Características	Comportamentos
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.
Categoria	Características	Comportamentos

Poder	Persuasão e redes de contato	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; age para desenvolver e manter relações comerciais.
	Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controles 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.

Fonte: Adaptado de McClelland (1972).

Tais características podem ajudar os indivíduos a enfrentar os desafios de empreender (MCCLELLAND, 1972), assim como a inexistência delas, pode inviabilizar a formação de um negócio. Assim, ressalta-se que o ensino do empreendedorismo, pode ajudar a aprimorar tais características e habilidades de gestão, promovendo a aprendizagem empreendedora (ZAMPIER e TAKAHASHI, 2014; LEIVA, ALEGRE e MONGE, 2014) e diminuir os casos de insucessos empresariais, situação essa ratificada por Mizumoto et al. (2010), quando coloca que uma das principais razões para o insucesso empresarial é a falta de práticas de gestão, particularmente planejamento e busca de informações.

Da mesma forma, o potencial empreendedor, ou intenção para empreender, é algo latente, que precisa ser despertado, desenvolvido e aprimorado para que aconteça. Entende-se, que ele compreenda traços ou características comportamentais similares às das pessoas que alcançaram sucesso empresarial. Rauch e Frese (2007) acreditam que traços ou características da personalidade possuem um papel decisivo no processo pelo qual um indivíduo decide abraçar uma carreira empreendedora.

Diante do exposto, ao se identificar as características empreendedoras, despertam-se os alunos para ações que levam a comportamentos e atitudes empreendedoras. Corroborando essa ideia, Santos (2013), quando afirmam que quando se desenvolvem metodologias que auxiliem empreendedores na identificação de características empreendedoras, criam-se condições iniciais para intervenções, que promovem o desenvolvimento do potencial empreendedor. Isso estimula a criação de novos negócios, gerando emprego, renda e promovendo o desenvolvimento econômico e social.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem metodológica utilizada na presente pesquisa é quantitativa, descritiva, baseada em pesquisa teórico-empírica. A utilização de métodos quantitativos para análise da realidade social presente em um mesmo estudo ou separados em estudos diferentes, para Ramos (2013), tem o propósito de descrever e/ou comparar características de grupos sociais, realidades, contextos ou instituições e; estabelecer relações causais. Para Richardson (2011) a pesquisa quantitativa estabelece uma metodologia predefinida ao respondente, reduzindo a heterogeneidade da coleta de dados, inferindo maior credibilidade aos resultados. O que possibilita medir as variáveis do estudo buscando averiguar sua influência sobre outras variáveis (SAMPIERI; COLLADO; LÚCIO, 2013). Quanto à pesquisa quantitativa, Beuren (2008, p. 93) afirma que, “a utilização dessa tipologia de pesquisa é relevante à medida que se utiliza instrumentos estatísticos desde a coleta até a análise e o tratamento dos dados”.

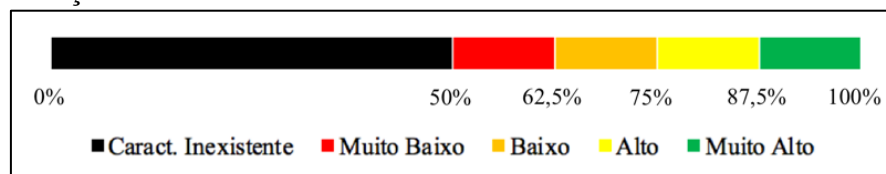
A pesquisa descritiva procura descrever as características de uma determinada população ou os fatos e fenômenos de uma realidade, proporcionando maior familiaridade com o problema existente, com intenção de torná-lo mais claro, favorecendo o aprimoramento de ideias e a consideração dos mais variados aspectos ligados ao estudo (TRIVIÑOS, 1987). Descrever, para Beuren (2008, p. 81) significa, “identificar, relatar, comparar, entre outros aspectos”. A pesquisa teórica é dedicada a reconstruir a teoria, conceitos, ideias e polêmicas, visando aprimorar fundamentos teóricos e, a pesquisa empírica produz e analisa dados,

procedendo sempre através do controle empírico (DEMO, 2000). Nesse sentido, a presente pesquisa, por meio dos dados obtidos, investigou as características comportamentais empreendedoras (MCCLELAND, 1972) de alunos de graduação, do curso de Administração, de uma instituição de ensino superior brasileira.

Para atender ao objetivo da pesquisa foi utilizado o instrumento das características comportamentais empreendedoras (CCE's) de McClelland (1972), destinado ao levantamento das características comportamentais empreendedoras predominantes nos alunos. Este instrumento foi desenvolvido a partir das pesquisas de McClelland (1961, 1972), e contemplava 20 características comportamentais. Posteriormente o instrumento de mensuração das CCE's foi adaptado e reduzido pela McBer – empresa de McClelland e Burham – para a ONU (Organizações das Nações Unidas), a partir da década de 80, passando a conter as dez características contempladas no estudo (MCCLELLAND, 1972). O instrumento de McClelland (1972) determina que o limite máximo é de 25 pontos e abaixo de 50% a característica é considerada inexistente.

Entretanto, para a análise dos resultados do instrumento, de acordo com a resposta de cada aluno, foi realizada a estratificação e padronização das escalas. Essa padronização transforma os dados dispostos em escala ordinal em escala de razão de 0 a 100%, os quais são convencionados em cinco níveis: Característica Inexistente, Muito Baixo, Baixo, Alto e Muito Alto. Logo, para o instrumento das CCE's (MCCLELLAND, 1972), a estratificação ocorrerá da seguinte forma: Característica Inexistente de 0 a 50% (preto), Muito Baixo de 50,01% a 62,50% (vermelho), Baixo de 62,51% a 75% (laranja), Alto de 75,01% a 87,50% (amarelo), e, Muito Alto de 87,51 a 100% (verde). A estratificação é apresentada na Figura 2.

Figura 1- Estratificação dos níveis de CCE's



Fonte: elaborado pelos autores.

Foi realizado um pré-teste para avaliar a clareza das questões junto a pesquisadores da área. Segundo WIDENFEL et al (2005) o pré-teste é uma importante fase da pesquisa, onde a população alvo entra em contato com as questões, possibilitando ao pesquisador verificar incoerências e permitindo ajustes, além de contribuir para aumentar a cientificidade da pesquisa.

A população desta pesquisa é composta por 810 alunos. Para o cálculo do tamanho mínimo da amostra optou-se pela fórmula a seguir (Equação 1), que segundo Fonseca e Martins (1996) é para uma população finita, considerou-se um nível de confiança de 95% e um erro padrão de 5%, como segue:

Equação (1)

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

Onde:

e corresponde ao erro amostral;

N corresponde ao tamanho da população;

n corresponde a amostra mínima

$\alpha = 0,05$ corresponde ao nível de significância
 $p = 0,5$ e $q = 0,5$;
 $Z_{\alpha/2}^2 = 1,96$ para um nível de confiança de 95%.

A amostra mínima é de 262 alunos para um nível de confiança de 95% e em função do erro amostral de 5,0%.

Os alunos participantes puderam atribuir um valor de um a cinco, em uma escala do tipo Likert, correspondendo a seguinte gradação: 1 = nunca, 2 = raras vezes, 3 = as vezes, 4 = frequentemente e 5 = sempre. De acordo com sua percepção, diante de cada uma das 55 assertivas que compõem o instrumento da seguinte forma (Quadro 2):

Quadro 2 - Questões e características do instrumento das CCE's

CCE	QUESTÕES					
Busca de oportunidades e iniciativa	Q1	Q12	Q23	Q34*	Q45	FC
Persistência	Q2	Q13	Q24	Q35*	Q46	FC
Comprometimento	Q3	Q14	Q25	Q36	Q47*	FC
Exigência de qualidade e eficiência	Q4	Q15	Q26	Q37	Q48	-
Correr riscos calculados	Q5	Q16	Q27	Q38*	Q49	FC
Estabelecimento de metas	Q6	Q17*	Q28	Q39	Q50	FC
Busca de informações	Q7	Q18	Q29*	Q40	Q51	FC
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Q8	Q19	Q30	Q41*	Q52	FC
Persuasão e redes de contato	Q9	Q20*	Q31	Q42	Q53	FC
Independência e autoconfiança	Q10	Q21*	Q32	Q43	Q54	FC

* Questões negativas.

Fonte: adaptado de McClelland (1972).

O (*) corresponde às questões em que a pontuação deve ser subtraída do resultado final da respectiva característica. FC corresponde ao Fator de Correção, equivalente a seis pontos, que devem ser somados ao resultado final da respectiva característica. Cada Característica Comportamental Empreendedora (CCE) representa cinco questões alternadas no questionário, o que dá um total de 50 questões, no entanto, para verificar o quanto o respondente se valorizou no teste foram inclusas mais cinco questões para o fator de correção, totalizando 55 assertivas contidas no instrumento. Caso o total da equação das questões (11, 22, 33, 44 e 55) do Fator de Correção seja superior a 20, deve-se realizar a correção da pontuação das dez CCE's do respondente (MCCLELLAND, 1972). Após a verificação da pontuação de correção, deve-se substituí-la nas demais CCE para obtenção do valor correto para determinar o perfil empreendedor do respondente, onde, característica = pontuação – fator de correção.

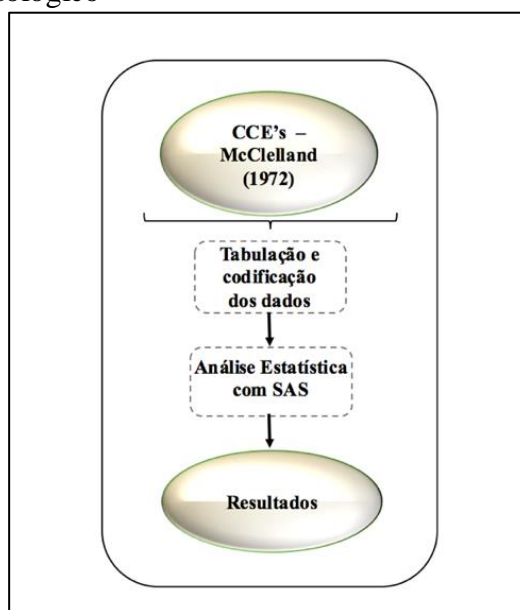
A pontuação que identifica a intensidade de cada uma das dez características empreendedoras, utiliza uma tabela que compreende uma sequência estruturada de somas e subtrações que visam minimizar possíveis manipulações por parte do respondente. Para tanto, o autor utilizou um fator de correção, como ponto de controle para pontuação final. A pontuação máxima é de 25 (vinte e cinco) pontos para cada uma das características. Quando o total for superior a 50% da pontuação o indivíduo possui a respectiva característica e é considerado empreendedor (MCCLELLAND, 1972).

O questionário foi aplicado em sala de aula, seguindo um cronograma previamente estipulado, onde foram registrados os horários e salas de cada turma, buscando evitar que um aluno responda ao instrumento duplicadamente. Ao adentrar às salas de aula os estudantes foram convidados a participar da pesquisa; foi disponibilizado um período de tempo para que os interessados pudessem responder o instrumento.

Posterior a coleta, os dados foram tabulados e codificados em uma planilha do software Windows Excel 2010. Para tratamento e análise dos dados coletados foram realizados testes estatísticos, utilizando o software *Statistical Analysis System - SAS®* versão 9.02, nessa ocasião os dados foram analisados quantitativamente e explorados com base no modelo proposto por McClelland (1972).

No intuito de facilitar a compreensão apresenta-se o processo metodológico (Figura 2).

Figura 2 – Processo metodológico



Fonte: elaborado pelos autores.

A seguir apresenta-se a análise dos resultados.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Em relação a amostra pesquisada, participaram da pesquisa 374 alunos pertencentes ao curso de graduação em administração de instituição de ensino superior brasileira. Os dados do Quadro 3 apresentam o perfil dos pesquisados.

Quadro 3 - Perfil dos respondentes

Categoria	Variável	Frequência	
		Absoluta	%
Gênero	Feminino	227	61
	Masculino	147	39
Faixa etária	+34 anos	2	1
	de 28 até 33 anos	58	15
	de 22 até 27 anos	167	45
	Até 21 anos	142	38
	Não respondeu	5	1
Estado civil	Solteiro	317	84,8
	Casado/união estável	51	14
	Separado	1	0,2
	Não respondeu	5	1
Negócios na família	Sim	191	51
	Não	162	43
	Não respondeu	21	6

Fonte: elaborado pelos autores.

No que se refere ao perfil sociodemográfico dos participantes, a amostra foi composta por 61% de alunos do sexo feminino e 39% do sexo masculino, os quais encontram-se na faixa etária de 22 a 27 anos (45%) e até 21 anos (38%). Com relação ao estado civil, 84,8% são solteiros. Quando questionados sobre a existência de negócios na família, 51% dos respondentes afirmaram que sim, enquanto que 43% respondeu que não.

Na sequência, com o objetivo de estimar a confiabilidade dos resultados, foi calculada a consistência interna através do coeficiente alfa de Cronbach (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). O alfa de Cronbach é calculado pela Equação 2:

Equação (2)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[\frac{\sigma_t^2 - \sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Onde:

k corresponde ao número de itens do questionário;

σ^2_i corresponde soma das variâncias de cada item;

σ^2_t corresponde a variância total do questionário, determinada como a soma de todas as variâncias.

O valor do coeficiente alfa de Cronbach pode variar de 0 a 1, sendo que, quanto mais próximo de 1 melhor a confiabilidade, uma vez que, maior será a consistência interna do instrumento ou maior a congruência entre os itens, indicando a homogeneidade da medida do mesmo fenômeno (MATTHIENSEN, 2011). Substituindo-se os valores resultantes na Equação 2, chegou-se ao coeficiente $\alpha = 0,80$. Isso demonstra a existência de confiabilidade nos resultados obtidos.

Com relação ao instrumento de características comportamentais empreendedoras de McClelland (1972), pode-se, a partir do Quadro 4, verificar a pontuação mínima, máxima e o desvio padrão de cada característica.

Quadro 4 – Descrição dos resultados

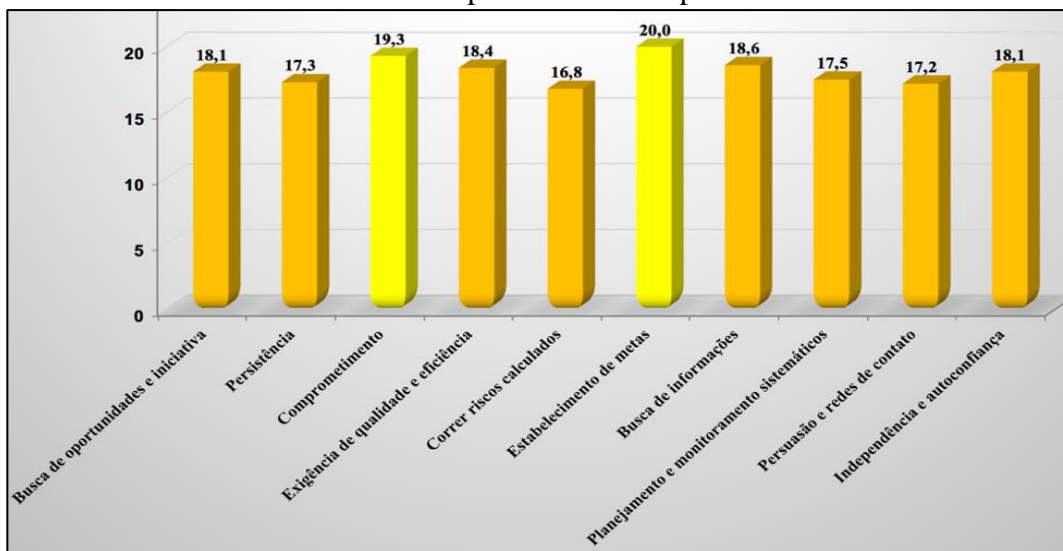
CARACTERÍSTICAS	MÍNIMO	MÁXIMO	DESVIO PADRÃO
Busca de Oportunidades	10	24	2,5382
Persistência	9	25	2,2722
Comprometimento	11	25	2,4800
Exigência de qualidade e eficiência	11	24	2,6914
Correr riscos calculados	9	22	2,2274
Estabelecimento de metas	9	25	2,9317
Busca de informações	9	25	2,7225
Planejamento e monitoramento sistemáticos	9	24	2,5615
Persuasão e redes de contato	7	24	2,4870
Independência e autoconfiança	10	25	2,7826

Fonte: elaborado pelos autores.

Dentre as características expostas, destaca-se “Persuasão e redes de contato” (7) que apresentou o valor mínimo dentre as características comportamentais empreendedoras. Este resultado permite inferir que o comportamento dos alunos investigados não está inclinado a influenciar ou persuadir as pessoas.

A partir da análise dos 374 questionários, com base na estratificação utilizada para a análise do presente trabalho, foi gerado o gráfico das médias (Figura 3), que visa constatar as características de maior índice no grupo de respondentes.

Figura 3 - Médias das características comportamentais empreendedoras

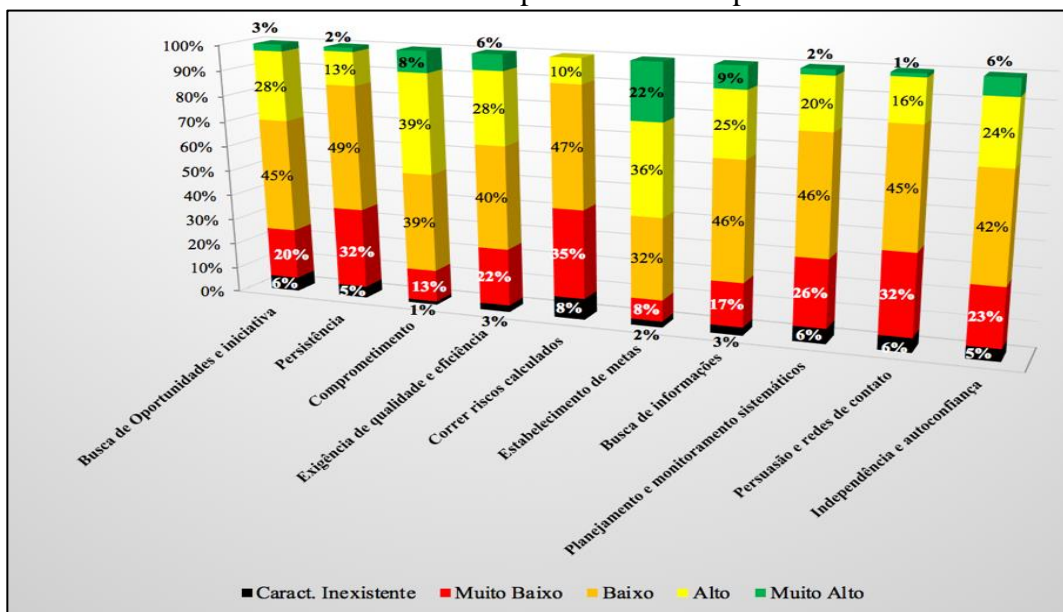


Fonte: elaborado pelos autores.

A partir da Figura 3 aponta-se que, com exceção das características “Comprometimento” (19,3) e “Estabelecimento de metas” (20,0), as demais características comportamentais empreendedoras, identificadas pela cor laranja, apresentam médias baixas com valores entre 62,51% e 75,00%. Isso evidencia carência no desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos alunos de graduação em administração.

Entretanto, dada a baixa percepção visual da diferença na comparação dos dados, apresenta-se, na Figura 4, a escala de intensidade, a qual demonstra proporcionalmente o percentual dos respondentes diante de cada característica comportamental.

Figura 4 - Intensidade das características comportamentais empreendedoras



Fonte: elaborado pelos autores.

A partir da estratificação das intensidades de cada característica, percebe-se que grande parte destas apresentam muito baixa e baixa intensidade.

Quanto a inexistência de características, identificada pela cor preta, ressalta-se “Correr riscos calculados” (8%). Isso pode sinalizar uma menor disposição dos alunos investigados para assumir desafios e avaliar as alternativas, afim de reduzir os riscos e controlar os resultados para tomada de decisão; bem como de agir diante de um obstáculo significativo, de modo a enfrentar desafios ou superar obstáculos.

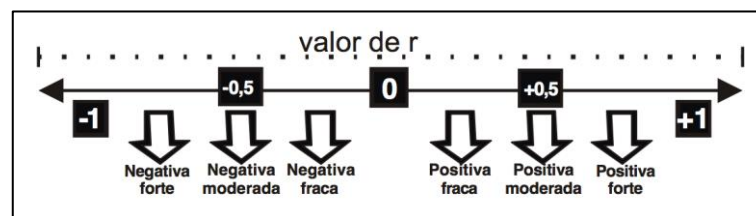
Em relação a intensidade muito baixa de características, identificada pela cor vermelha, aponta-se “ Persistência” (32%) e “Persuasão e redes de contato” (32%). Estes resultados permitem inferir que o comportamento dos alunos investigados não está inclinado a influenciar ou persuadir as pessoas e também, da falta de persistência ao buscar atingir determinado objetivo. As características de baixa intensidade, ressaltadas pela cor laranja, são “Persistência” (49%) e “Correr riscos calculados” (47%).

Destaca-se a característica empreendedora “Estabelecimento de metas” que pode ser apontada como a mais predominante tanto no nível alto (36%) quanto no nível muito alto (22%). Tal característica pode representar que o comportamento dos alunos investigados está voltado a busca de objetivos desafiadores em médio e longo prazos, visando a satisfação e desenvolvimento pessoal, com definição clara de onde querem chegar,

A partir da estratificação das intensidades percebe-se as características são predominantemente baixa e muito baixa, mas, curiosamente, a maioria dos alunos pesquisados possuem negócios na família (mais de 50% dos respondentes).

Com a finalidade de estabelecer a relação entre as características empreendedoras foi utilizado o Coeficiente de Correlação de Pearson, que de acordo com Collis e Hussey (2005), refere-se a uma técnica paramétrica que indica a medida de força de associação entre duas variáveis. De acordo com Hair Jr. et al. (2009), o coeficiente de correlação de Pearson tem o objetivo de medir a associação linear entre duas variáveis métricas e possui variação de -1,00 a 1,00. Valores de coeficiente “r” próximos a +1 indicam pouca dispersão, o que expressa uma correlação forte e positiva; já os valores próximos de “zero” indicam muita dispersão e ausência de relação entre as variáveis, e, por fim, o valor de “r” próximo de -1 significa pouca dispersão e uma correlação negativa forte (LOPES et al., 2008). Para este estudo foi adotada a convenção de Lopes (2003), apresentada na Figura 5.

Figura 5 – Características do “r”



Fonte: Lopes (2003).

A matriz de correlação e a significância entre as médias das características estudadas são apresentadas no Quadro 5.

Quadro 5 - Matriz de correlação e significância das CCE's

CORRELAÇÃO	SIGNIFICÂNCIA														
	PAD_RE1	PAD_RE2	PAD_RE3	PAD_RE4	PAD_RE5	PAD_REA	PAD_PL1	PAD_PL2	PAD_PL3	PAD_PLA	PAD_PO1	PAD_PO2	PAD_POD	PAD_CAR	
	PAD_RE1	1.00000	0.40083	0.38188	0.13512	0.12849	0.65079	0.46484	0.37060	0.20742	0.29876	0.29876	0.33102	0.39124	0.63172
PAD_RE2	0.40083	1.00000	0.26785	0.23260	0.25627	0.66434	0.35105	0.29909	0.20694	0.27280	0.27282	0.33392	0.37794	0.60007	
PAD_RE3	0.38188	0.26785	1.00000	0.15683	0.21046	0.63825	0.43070	0.35150	0.24735	0.32034	0.32033	0.29611	0.38100	0.61921	
PAD_RE4	0.13512	0.23260	0.15683	1.00000	0.37912	0.61865	0.18873	0.15134	0.19892	0.21526	0.21525	0.15777	0.22904	0.47615	
PAD_RE5	0.12849	0.25627	0.21046	0.37912	1.00000	0.60339	0.24144	0.24609	0.26318	0.16849	0.16848	0.07009	0.14433	0.48264	
PAD_REA	0.65079	0.66434	0.63825	0.61865	0.60339	1.00000	0.52768	0.44458	0.35233	0.40332	0.40331	0.37579	0.48163	0.88465	
PAD_PL1	0.46484	0.35105	0.43070	0.18873	0.24144	0.52768	1.00000	0.43943	0.27277	0.34631	0.34632	0.36793	0.44318	0.70995	
PAD_PL2	0.37060	0.29909	0.35150	0.15134	0.24609	0.44458	0.43943	1.00000	0.31845	0.36105	0.36104	0.29384	0.40333	0.65645	
PAD_PL3	0.20742	0.20694	0.24735	0.19892	0.26318	0.35233	0.27277	0.31845	1.00000	0.29672	0.29673	0.17791	0.28986	0.53837	
PAD_PLA	0.29876	0.27280	0.32034	0.21526	0.16849	0.40332	0.34631	0.36105	0.29672	1.00000	1.00000	0.30097	0.78156	0.60525	
PAD_PO1	0.29876	0.27282	0.32033	0.21525	0.16848	0.40331	0.34632	0.36104	0.29673	1.00000	1.00000	0.30096	0.78156	0.60525	
PAD_PO2	0.33102	0.33392	0.29611	0.15777	0.07009	0.37579	0.36793	0.29384	0.17791	0.30097	0.30096	1.00000	0.83013	0.57691	
PAD_POD	0.39124	0.37794	0.38100	0.22904	0.14433	0.48163	0.44318	0.40333	0.28986	0.78156	0.78156	0.83013	1.00000	0.73127	
PAD_CAR	0.63172	0.60007	0.61921	0.47615	0.48264	0.88465	0.70995	0.65645	0.53837	0.60525	0.60525	0.57691	0.73127	1.00000	

Fonte: elaborado pelos autores.

Verifica-se que as correlações entre as características foram associações positivas, e que indica haver relação direta entre as mesmas. Referente a relação entre as características empreendedoras e as dimensões: Realização, Planejamento e Poder, a maior significância foi verificada na dimensão “Realização”, com o valor 0,884 e a menor significância da dimensão planejamento com 0,605. Na dimensão de Realização a característica de “Persistência” é a que tem a maior influência, com valor de 0,664. Observando essas correlações pode se inferir que a dimensão realização desempenha o maior papel dentro das características empreendedoras, e dentro desta, a característica de “Persistência”, possivelmente estes alunos, apresentam um comportamento que age diante de um obstáculo significativo, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa (MCCLELLAND, 1972).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando-se o objetivo geral deste estudo - analisar as características comportamentais empreendedoras mais evidentes em acadêmicos de administração constata-se que o mesmo foi alcançado. Isso se sustenta em função de que, após análise dos instrumentos coletados foi possível constatar que parte dos alunos apresentam características comportamentais empreendedoras, porém em níveis considerados baixo.

Nesse sentido, os alunos evidenciaram, dentre outros aspectos características baixas e muito baixas como: persistência; persuasão e redes de contato; correr riscos calculados. No entanto, estes alunos apresentaram característica de nível alto e muito alto para: estabelecimento de metas.

Diante disso, o projeto “Universidade Empreendedora”, o qual o presente estudo faz parte, pode contribuir para suprir as carências evidenciadas neste artigo, uma vez que o referido projeto tem como objetivo estimular atitudes empreendedoras nos alunos de graduação da Universidade Federal de Santa Maria, por meio de atividades e ações integradas entre alunos, professores e gestores da instituição, buscando desenvolver alicerces para a criação de uma universidade empreendedora.

Quanto à contribuição deste estudo, salienta-se que os resultados aqui obtidos podem servir de base para um estudo longitudinal que permita acompanhar os alunos do curso de Administração ao decorrer dos semestres letivos, realizar associações entre os diversos tipos cursos da instituição de ensino pesquisada. Este aspecto é reforçado pelo fato de que estudos neste foco ainda são poucos, visto que se constata uma carência dentro da área do conhecimento

acerca de acadêmicos de graduação em relação às características comportamentais empreendedoras.

Das limitações aplicadas e percebidas, não houve a possibilidade de poder abordar um grupo maior de alunos com o questionário, dada a limitação temporal do estudo, bem como do processo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁVILA, D. L.; **Empreendedorismo e (des)envolvimento local: o propósito de uma intervenção educativa em rede.** Tese. (Mestrado em Intervenção Social, Inovação e Empreendedorismo). Faculdade de Psicologia e de Ciências de Educação e à Faculdade de Economia. Coimbra, 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de inflação.** V. 17, nº 1, 2015. ISSN 1517-6576.

BARTEL, G. **Análise da Evolução das Características Comportamentais Empreendedoras dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma IES Catarinense.** Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, SC, 2010.

BEUREN, I. M. **Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional. *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 166-193, jan./jun. 2012.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.** Bookman, 2005.

COMISSAO EUROPEIA. Assesment of compliance with the entrepreneurship education objective in the context of the 2006 spring council conclusions. Brussels, 2007.

_____. **Repensando educação: investindo em habilidades para melhores resultados socioeconômicos,** 2012.

DEMO, P. **Pesquisa: princípio científico e educativo.** São Paulo: Cortez, 2000.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, 2013.

ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M.; BRASIL, V. S. A qualidade percebida nos serviços de incubação de empresas. *REAd. Rev. eletrôn. adm.* Porto Alegre. v. 17 n. 3 Porto Alegre sept./dec. 2011.

FERREIRA, T. S. V.; CALLADO, A. L. C. Fusões e aquisições no Brasil: reflexões acerca da evolução do volume de transações. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 70-83, 2015.

FONSECA, J. S., MARTINS, G. **Curso de Estatística**. São Paulo. Atlas.1996.

FLORES, D. C.; HOELTGEBAUM, M.; SILVEIRA, A. “O Ensino do Empreendedorismo nos Cursos de Pós-Graduação em Administração no Brasil”. **Revista de Negócios**, 13(2), 93–104. 2008.

GARCIA, R.; ARAÚJO, V.; MASCARINI, S.; SILVA, A. O.; ASCÚA, R. Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação á criação de empresas por estudantes universitários. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.1, n.3, 2012.

HOLCOMB, T. R.; IRELAND, R. D., HOLMES, R. M.; HITT, M. A. Architecture of entrepreneurial learning: exploring the link among Heuristics, Knowledge, and action. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, 33(1), 167-192, 2009.
IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2015.

HAIR, J. F., JR., BLACK, W. C., BABIN, B. **Análise multivariada de dados**. Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). 6a ed., A. Sant’Anna, Trad. Porto Alegre: Bookman. Obra original publicada em 2006.

KALAR, B.; ANTONCIC, B. The entrepreneurial university, academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries. **Technovation**, v. 36, p. 1-11, 2015.

KRAKAUER, P. V. C.; PORTO, M. C. G.; OLIVEIRA, C. S. M.O.; ALMEIDA, M. I. R. Ensino de Empreendedorismo: Utilização do Business Model Generation. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 12, n.1, p.07--23, jan./mar. 2015.

LEIVA, J. C.; ALEGRE, J.; MONGE, R. The influence of Entrepreneurial learning in new Firms’ performan e: a study in Costa Ri a. **Rev. inovar**. v. 24, edición especial, 2014.

LOPES, L. F. D. **Estatística geral**. Caderno didático. Santa Maria: UFSM, 2003.

LORENTZ, M. H. N. **O comportamento Empreendedor de diretores da UFSM e sua percepção quanto à universidade empreendedora**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2015.

MARINHO, E. S. **Processo de incubação, características empreendedoras e aprendizagem empreendedora: uma perspectiva interativa**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2016.

MATTHIENSEN, A. Uso do coeficiente alfa de Cronbach em avaliações por questionários. **EMBRAPA**. Boa Vista, RR, 2011. Disponível em: <
<http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/68073/1/DOC-48-2011-ID-112.pdf> >.
Acesso em: 07 jun. 2016.

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

_____. **The achievement society.** Princeton: D. Van Nostrand Co., 1961.

MINELLO, I. F. **Resiliência e Insucesso Empresarial: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios.** 1. Ed. Curitiba. Paraná: Editora e Livraria Appris Ltda, 2014.

_____. **Resiliência e insucesso empresarial: um estudo exploratório sobre o comportamento resiliente e os estilos de enfrentamento do empreendedor em situações de insucesso empresarial, especificamente em casos de descontinuidade do negócio.** Diss. Universidade de São Paulo, 2010.

MIZUMOTO, F. M. et al. O impacto de capital humano, capital social e práticas gerenciais na sobrevivência de empresas nascentes: um estudo com dados de pequenas empresas no Estado de São Paulo. **Revista de Administração da USP**, v. 45, n. 4, p. 343-355, 2010.

MONTEIRO, M. J. V. **Efeito do empreendedorismo no desemprego em Portugal.** Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Trás-os-Montes e Alto, Vila Real, 2014.

MOREIRA, B. C. M.; COSTA, D. F.; CARPENEDO, E. B. Políticas de desenvolvimento para micro e pequenas empresas: marcos, limites e desafios de uma política industrial articulada no Brasil. **RDE - Revista de Desenvolvimento Econômico**, v. 16, n. 30, 2015.

PIPEROPOULOS, P.; DIMOV, D. Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions. **Journal of Small Business Management**. V. 53, 4, 2014. doi: 10.1111/jsbm.12116. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jsbm.12116/abstract>>. Acesso em 07 jun. 2016.

POLITIS, D. The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 399-424, 2005.

QUANDT, C. O.; SILVA, H. F. N., FERRARESI, A. A.; FREGA, J. R. Programas de gestão de ideias e inovação: as práticas das grandes empresas na região sul do Brasil. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n.3, p.176-199, jul./set. 2014.

RAUCH, A.; FRESE, M. Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, 16(4), 353–385, 2007.

RAMOS, M. P. Métodos Quantitativos e Pesquisa em Ciências Sociais: Lógica e Utilidade do Uso da Quantificação nas Explicações dos Fenômenos Sociais. **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, v. 18, n. 1, p. 55-65, 2013. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/16807>>. Acesso em 20 maio. 2016.

RAUFFLET, E.; BRES, L.; FILION, L. J. Desenvolvimento sustentável e empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.1, p.3-32, 2014.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Perfil do suporte oferecido pelas incubadoras brasileiras às empresas incubadas. **REAd**, vol.17, n.2, pp. 330-359. Porto Alegre, 2011. ISSN 1413-2311, Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112011000200002. Acesso em 22 jun. 2016.

RICHARDSON, R. J.; **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 2011.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. del P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, W. R. A. **Educação empreendedora sob o prisma da Junior Achievement no Brasil** – O caso do Programa Miniempresa. In: Pequenos negócios: Desafios e perspectivas - Educação empreendedora. SEBRAE, 2013.

SCHUMPETER, J. A. **O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico**. In A teoria do desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultura, 1985.

STOROPOLI, J. E.; BINDER, M. P.; MACCARI, E. A. Incubadoras de empresas e o desenvolvimento de capacidades em empresas incubadas. **RCA**, v. 15, n. 35, 2013.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

WIDENFEL, B. M.; TREFFERS, P. D. A.; BEURS, E.; SIEBELINK, B. M.; KOUDIJS, E. Translation and Cross-Cultural Adaptation of Assessment Instruments Used in Psychological Research With Children and Families. **Clinical Child and Family Psychology Review**, v. 8, p.135 - 147, 2005.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências e aprendizagem empreendedora em mpe's educacionais/entrepreneurial competences and learning in educational mse's. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, 8(3), 2014.