



Brasil – octubre 2017 - ISSN: 1696-8352

O COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR NO MEIO ACADÊMICO: IDENTIFICAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS NO ENSINO SUPERIOR

Bruna Tadielo Zajonz

Bacharel em Ciências Econômicas –
Universidade Federal de Santa Maria –UFSM
Mestranda em Extensão Rural no Programa
de Pós-Graduação em Extensão Rural (PPGExR) – UFSM
E-mail: brunabtz@gmail.com

Tatielle Belem Langbecker

Tecnóloga em Agronegócio –
Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA
Mestre em Desenvolvimento Rural –
Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR) – UFRGS
Doutoranda em Extensão Rural no
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural (PPGExR) – UFSM
E-mail: tatielle.belem@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Bruna Tadielo Zajonz y Tatielle Belem Langbecker (2017): “O comportamento empreendedor no meio acadêmico: identificação das características comportamentais empreendedoras no ensino superior”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Brasil, (octubre 2017).

En línea:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/2017/caracteristicas-emprendedoras.html>

RESUMO

O empreendedorismo é cada vez mais presente nas agendas de instituições de pesquisa como um fenômeno importante a ser estudado. Na academia, instituições, entre suas atribuições, destinado a instrumentalizar os alunos para a entrada no mercado de trabalho e atividade profissional. Nesta perspectiva, o principal objetivo deste estudo é identificar características comportamentais empreendedoras dos estudantes da graduação e verificar a influência da instituição de ensino sobre o comportamento empreendedor dos entrevistados. Este estudo caracteriza-se por uma pesquisa de campo quantitativa e cunho descritivo. O instrumento de pesquisa foi utilizado McClelland (1972) sobre características comportamentais empreendedoras (de CCE). Como resultado, ele tem as características que se destacam entre os entrevistados estão o compromisso, seguido pela busca de oportunidades e iniciativa. As duas categorias são destacados estabelecimentos objetivos com menos, seguido de independência e auto-confiança. As notas de estudo que irá levá estudantes aumentou após a admissão à Universidade, fato que demonstra a influência da instituição de ensino para a ação empresarial.

Palavras-chave: características comportamentais empreendedoras - Empreendedorismo – Ensino superior

THE ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR IN THE ACADEMIC ENVIRONMENT: IDENTIFICATION OF THE BEHAVIORAL CHARACTERISTICS ENTREPRENEURS IN HIGHER EDUCATION

ABSTRACT

Entrepreneurship is increasingly present in the research agendas of institutions as an important phenomenon to be studied. In the academic field, the institutions, among their attributions, aim to instrumentalize their students to enter the labor market and the professional activity. In this perspective, the main objective of the present work is to identify the entrepreneurial behavioral characteristics of undergraduate students and to verify the influence of the educational institution on the entrepreneurial behavior of the respondents. The present study is characterized by quantitative-descriptive field research. The research instrument used was by McClelland (1972) regarding the entrepreneurial behavioral characteristics (CCE's). As a result, the characteristics that stand out most among the respondents are commitment, followed by search of opportunities and initiative. The two most notable categories are goal settings, followed by independence and self-confidence. The study shows that students' willingness to undertake increased after admission to the University, a fact that evidences the influence of the educational institution for the entrepreneurial action

Keywords: Entrepreneurial Behavioral Characteristics - Entrepreneurship - higher education

JEL: Z0

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o empreendedorismo está ganhando cada vez mais espaço, as discussões sobre esta temática começam a se difundir nos centros de ensino, principalmente com os jovens. A vontade de criar o próprio negócio, assumir risco, buscar algo novo, resulta de perfis empreendedores que buscam por meio da ação empreendedora manter-se ou inserir-se no mercado de trabalho a fim de garantir sua sobrevivência ou pelo desejo de realização.

Empreender resulta de pessoas que possuem características visionárias, que buscam algo novo, diferenciado, que arriscam, questionam, ou seja, fazem acontecer. Indivíduos empreendedores são impulsionados pela motivação, pelo desejo de realização e pela paixão pelo que fazem. Dessa forma, empreendedorismo é a combinação de processos e indivíduos, que, somados, transformam ideias em oportunidades (DORNELAS, 2001).

Para David McClelland, um dos principais expoentes da vertente comportamentalista do empreendedorismo, o empreendedor é uma pessoa motivada pela necessidade de realização, afiliação e poder. McClelland se destacou com seus estudos sobre as características comportamentais empreendedoras, para o escritor a realização do indivíduo é uma das mais significativas forças para o comportamento empreendedor (NETO, 2010).

As instituições de ensino, dentre suas atribuições visam instrumentalizar seus alunos para o ingresso no mercado de trabalho e a atividade profissional. Identificar o perfil empreendedor destes alunos torna-se relevante com o propósito de conhecer quem serão os futuros profissionais e quais suas características empreendedoras.

Na Universidade Federal de Santa Maria há grupos de pesquisa consolidados no estudo do empreendedorismo, principalmente, no que se refere ao perfil empreendedor dos alunos de graduação da universidade. Ainda assim, aos poucos vão surgindo iniciativas tímidas, partindo de outros centros, como o de ciências rurais, que buscam em um futuro próximo encurtar as distâncias que separam o ensino do empreendedorismo de cursos como agronomia, veterinária, engenharia florestal, entre outros.

Dessa forma, o objetivo principal do presente trabalho consiste em identificar as características comportamentais empreendedoras dos alunos de graduação do curso de Agronomia da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, por meio do questionário de McClelland (1972), bem como verificar a influência desta instituição de ensino sobre o comportamento empreendedor dos alunos pesquisados. Justifica-se a pesquisa no curso de Agronomia, devido ao fato da maioria dos estudos similares encontrados serem com turmas de curso de Administração.

Outro ponto que soma-se à justificativa são as discussões que surgem sobre a composição das grades curriculares de cursos das ciências agrárias, como por exemplo a agronomia, por vezes, focados, em demasia, em aprendizados técnicos fragilizando os debates sobre a atuação dos profissionais de forma efetiva. Nesse sentido, busca-se, também, contribuir com as questões que prezam pela inserção de iniciativas empreendedoras nos diferentes cursos de graduação, enfatizando e instigando as potencialidades dos alunos.

Hecke (2011), ao verificar a intenção empreendedora dos alunos concluintes de dois cursos distintos, constatou que ambos apresentaram um perfil empreendedor significativo. O autor destaca também que a estruturação curricular e a maneira como a gestão empresarial é trabalhada, faz com que a intensão empreendedora de cada curso seja diferente. Em seu trabalho, Oliveira (2013), também constatou que os alunos de graduação pesquisados apresentam características empreendedoras com potencial satisfatório, o que indica um perfil empreendedor.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedor e Empreendedorismo

O empreendedorismo tem estado cada vez mais presente nas agendas de pesquisas de instituições brasileiras como um fenômeno, ou um processo, importante a ser estudado, especialmente, no que o remete como elemento potencial do desenvolvimento econômico e social. Mesmo que sua importância seja reconhecida por inúmeros estudiosos e instituições ainda existem dificuldades em defini-lo como campo de estudo, pois não se trata de uma

subárea enquadrada em outras ciências como psicologia ou sociologia, e tampouco há um consenso científico (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Uma das primeiras definições de empreendedor origina-se no termo francês “entrepreneur” que significa “intermediário”. Essa definição relaciona-se a Marco Polo e suas tentativas de estabelecer rotas comerciais, em que o intermediário assinava contratos com pessoas de recursos (financiamentos) para vender suas mercadorias. Na Idade Média, o empreendedor era associado a pessoa que participava ou administrava grandes projetos de produção, porém não corria nenhum risco (HISRICH; PETERS, 2004).

A relação do empreendedor com os riscos surge no século XVII com os estudos de Cantillon – considerado por vários autores como o criador do termo. O economista desenvolveu umas primeiras teorias sobre o empreendedorismo tendo como base suas observações com comerciantes, fazendeiros, artesãos e demais proprietários individuais. Ao comprarem mercadorias a determinado preço e venderem a preços indeterminados e incertos, estes indivíduos estariam correndo riscos, denominando-os de empreendedores (HISRICH, PETERS, 2004).

No século XVIII há a distinção entre o empreendedor e o dono do capital (capitalista). Nos dois séculos subsequentes, não havia diferenciação entre gerentes e empreendedores e as definições operavam significados estritamente econômicos. Na segunda metade do século XX o empreendedor passa a ser aquele que inova em suas atividades, que desenvolve algo único (HISRICH, PETERS, 2004).

O empreendedorismo não é recente como se nota no breve apanhado histórico desenvolvido. Da mesma forma, historicamente as opiniões se dividem e mesclam-se entre teorias econômicas e teorias comportamentais, mas que em suas bases apresentam semelhanças. Acredita-se que o empreendedorismo surgiu a partir da teoria econômica e está associado à inovação, à capacidade de criar novos usos para os recursos que estão disponíveis elaborando novas combinações e, obtendo como resultado o aproveitamento e a percepção de novas oportunidades para os negócios (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

A principal crítica que se faz ao modelo econômico do empreendedorismo é a incapacidade de criar modelos não quantificáveis limitando o desenvolvimento de estudos que caracterizem os aspectos do comportamento de um empreendedor (FILLION, 1999; BAGGIO; BAGGIO, 2014). Essa percepção é comum aos teóricos que investigam o empreendedorismo abrindo espaço para a teoria comportamentalista.

A teoria comportamentalista abrange, em geral, as ideias de psicólogos e sociólogos e profissionais de áreas afins ampliando o conhecimento sobre as motivações e o comportamento dos empreendedores. Max Weber é um dos primeiros a demonstrar interesse por elementos que ultrapassam a base econômica do empreendedorismo, mas foi McCelland que trouxe as primeiras contribuições sobre o comportamento do empreendedor (FILLION, 1999).

Apesar de diferentes perspectivas estudarem o empreendedorismo e sua complexidade, todas apresentam características em comum, como por exemplo, a inovação, correr riscos, organização, criação. Considerando a existência de empreendedores nas diversas áreas de conhecimento e buscando abrangê-los em uma definição, HISRICH e PETERS (2004) defendem o empreendedorismo, a partir de quatro aspectos básicos: criação de algo novo, dedicação de tempo e esforço, independência financeira e o assumir riscos.

Em suma, o empreendedor tanto na perspectiva econômica quanto na comportamentalista apresenta-se como um sujeito direcionado à inovação, voltada às mudanças na produção. Ele é mais que um gestor ou fundador de empresas; distingue-se por estar e ser permeado por características que estimulam mudanças, impulsionam a economia e, ainda assumem os riscos aproveitando oportunidades que ora podem significar o desenvolvimento de um produto ou processo totalmente novos (MORELLO, 2016).

A figura do empreendedor, por vezes, é associada ao administrador ou gerente de uma empresa. Entretanto, existem diferenças entre os dois, não excluindo a possibilidade de encontrar uma pessoa que desempenhe os dois papéis. Para Dornelas (2001), a abordagem clássica define planejar, organizar, dirigir e controlar como as funções do administrador, sempre com foco na impessoalidade, organização e hierarquia. Já o empreendedor apresenta outras características além das encontradas em um administrador, assim como atributos pessoais que reunidos às condições sociais e ambientais criam inovações e destas formam-se empresas (DORNELAS, 2001).

Ainda que ocorram dificuldades em definir a complexidade do empreendedorismo como um fenômeno ou um processo, a sua importância para a dinamicidade e para a criação de

novas alternativas às situações adversas socioeconômicas, como por exemplo o desemprego, é inegável. Contribui para o fortalecimento de economias locais e, além disso, possibilita desenvolvimento pessoal dos indivíduos caracteristicamente empreendedores (OLIVEIRA, 2013). Na sequência trata-se, brevemente, de estudos que focam as características do perfil de empreendedores.

2.2 Perfil Empreendedor: uma motivação para o novo?

O empreendedorismo como um fenômeno dinâmico é estimulado a ser estudado por diferentes áreas do conhecimento para que assim seja possível construir com uma visão do todo englobando a complexidade envolvida. Nesse sentido as ciências sociais têm despertado duas vertentes de interesses: uma no que se refere às características pessoais do empreendedor com o intuito de traçar perfis e identificar o que os distingue dos demais e, a outra para compreender como o ambiente político e social influencia, positiva ou negativamente, nas iniciativas empreendedoras (ÁVILA, 2015).

É crescente o número de estudos que buscam identificar características pessoais, assim como, as influências do ambiente que identifiquem as particularidades de um empreendedor. As primeiras iniciativas surgem com as pesquisas de McClelland em que o autor sugere a forte influência que os jovens carregam de personagens populares antecedentes à sua época, ou melhor, demonstra as influências do ambiente na formação do sujeito. A descoberta revela o quão complexo é estabelecer um perfil que defina o empreendedor, pois “ as pessoas se modificam segundo o cenário e as circunstâncias às quais são expostas: os perfis de comportamento não são necessariamente estáticos (OLIVEIRA, 2012, p. 3).

Nesse sentido, a partir de suas observações McClelland identificou que povos estimulados por figuras com comportamentos heróicos desenvolvem necessidade de realização pessoal. Assim, o empreendedor apresentaria significativa necessidade de auto realização; os resultados monetários não ocupam a principal motivação de um empreendedor, o sucesso e a realização em fazer um bom trabalho sim. Os resultados econômicos são a resposta de um trabalho desempenhado satisfatoriamente e não a finalidade de desenvolvê-lo (BAÚ, 2011).

Na sequência vários autores prosseguiram com pesquisas que buscaram, e buscam, identificar o perfil de um empreendedor. A subjetividade das características encontradas em diversas pesquisas se sobrepõe às possibilidades de delinear um perfil estático do indivíduo que alimenta o empreendedorismo, contudo alguns traços encontrados são comuns aos empreendedores, como por exemplo, senso de oportunidade e capacidade de assumir riscos, saber tomar decisões, organização, planejamento, gostar do que faz, determinação, dinamismo, dentre outras características (OLIVEIRA, 2013).

A dificuldade em estabelecer um perfil empreendedor se replica pelo tempo, pois na década de 1990 autores como Filion (1999) já haviam constatado a complexidade de delimitações. Segundo o autor existem várias razões que contribuem para explicar isso, como, as diferenças do tempo de atuação dos empreendedores no mercado, experiências profissionais anteriores distintas, crenças religiosas, valores educacionais, cultura familiar, dentre outras. Ainda há que se considerar as diferentes concepções sobre empreendedorismo por parte dos pesquisadores. Apesar disso, esse conjunto de pesquisas contribui para detectar aptidões e características que comumente encontram-se em pessoas empreendedoras (FILION, 1999).

Alguns estudos apontam que com base no conhecimento do perfil há possibilidades de compreender o comportamento de um indivíduo empreendedor e, partindo disso pode-se analisar as características de cada personalidade a serem trabalhadas com o intuito de desenvolver as capacidades empreendedoras. Com isso é possível estimular o espírito empreendedor (OLIVEIRA, 2013) despertando as iniciativas de ensino que buscam envolver alunos de graduação, por exemplo, em disciplinas que focam o empreendedorismo como uma alternativa à formação acadêmica, assunto da próxima seção.

2.3 Empreendedorismo na graduação

Uma questão que compõe o rol de discussões sobre o empreendedorismo interroga a possibilidade de ensino/aprendizagem do mesmo. Alguns autores defendiam que o caráter

empreendedor de um indivíduo não poderia ser ensinado, pois tratava-se de uma característica inata em que algumas pessoas nasciam com ela e estariam destinadas ao sucesso. Porém, atualmente a gama de defensores do ensino do processo empreendedor representa a maioria dos estudiosos do assunto, estendendo a ideia de que pode ser ensinado e apreendido por qualquer pessoa e, o sucesso irá depender, também, de variáveis internas e externas, do perfil do empreendedor e da forma como resolve os problemas cotidianos (DORNELAS, 2001).

A educação empreendedora está cada vez mais presente em diversas instituições de ensino em vários países vista como uma grande oportunidade de geração de empregos e renda, potencializando as possibilidades de desenvolvimento das regiões (OLIVEIRA, 2013). Em relação ao desenvolvimento de pesquisas acadêmicas e cursos, a educação empreendedora tem revelado grande importância, pois o número de instituições de ensino que estão oferecendo formações nessa área aumentou significativamente, assim como, a oferta de disciplinas sobre o empreendedorismo (HISRIC; PETERS, 2004).

No Brasil esse movimento também acontece, pois, a partir da década de 1980 - com o aumento do desemprego, crise econômica e as empresas buscando profissionais empreendedores - as universidades introduzem disciplinas sobre o empreendedorismo com a finalidade de desenvolver em seus alunos capacidades que lhes proporcionem sucesso profissional (OLIVEIRA, 2013). Apesar do aumento gradativo de cursos sobre empreendedorismo no Brasil, não há uma uniformidade na oferta das disciplinas, nos métodos de ensino, no conteúdo nem na abordagem pedagógica (HECKE, 2011).

Ainda é necessário haver várias adaptações e evoluções no ensino do empreendedorismo no Brasil. Inicialmente a maioria das disciplinas focava na elaboração de plano de negócios, atualmente essa etapa é empregada como método de avaliação da disciplina. Espera-se que aos poucos a inovação, ponto crucial do empreendedorismo, passe a fazer parte dos conteúdos sobre o assunto (HECKE, 2011; OLIVEIRA, 2013).

Outro tema que deve ser trabalhado remete à questão cultural do brasileiro em relacionar iniciativas empreendedoras com a ausência do gosto pelo estudo. As famílias por vários períodos incentivaram seus filhos a cursar uma universidade para garantirem um emprego estável em uma grande empresa, e isso passou a ser o desejado pela maioria dos jovens brasileiros. A relação cultural estabelecida com o empreendedorismo se mostra incompatível com os jovens que buscam uma formação acadêmica. Mesmo que essa percepção seja forte na cultura brasileira, notam-se nuances de mudanças sobre essa perspectiva (OLIVEIRA, 2012).

Dolabela (2004) defende que uma das funções básicas da educação empreendedora não é tentar fazer com que o aluno se torne um empreendedor empresarial, mas que ele “seja empreendedor em sua forma de ser”; “ele pode ser empreendedor em qualquer atividade”, pois o “empreendedor é um indivíduo que gera utilidade para os outros, que gera valor positivo para sua comunidade” (DOLABELA, 2004, p. 128).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo caracteriza-se por uma pesquisa de campo de cunho quantitativo-descritivo, a qual visa descrever as características de determinado fenômeno ou população, bem como a relação entre variáveis (GIL, 2002).

Por pesquisa quantitativa entende-se aquela que apresenta questões fechadas que podem ser sistematizadas, quantificadas e de possível mediação padronizada (SAMPIERI, COLLADO e LUCIO, 2006). Dessa forma, visando quantificar o perfil empreendedor dos pesquisados e identificar o grau empreendedor em que enquadram, optou-se pelo aporte quantitativo.

A pesquisa quantitativa proporciona a generalização dos resultados encontrados de forma mais ampla, viabilizando o controle sobre os fenômenos e sua contagem, bem como a possibilidade de maior ênfase sobre pontos específicos desejados. O estudo quantitativo permite também, a comparação de estudos similares devido a ampla possibilidade de réplica (SAMPIERI, COLLADO e LUCIO, 2006).

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado o questionário de McClelland (1972) referente as características comportamentais empreendedoras (CCE's). Conforme Gil (2002), o questionário é a técnica de investigação composta por questões que são preenchidas pelo próprio pesquisado. Salienta-se que o questionário é o instrumento mais rápido de aplicação e, além de não exigir treinamento para aplica-lo, garante o anonimato do pesquisado (GIL, 2002).

O questionário de McClelland é composto por 55 afirmações medidas em escala *Likert* de cinco pontos, ou seja, o indivíduo atribui um valor de 1 a 5 para cada afirmação, sendo: 1= nunca, 2= raras vezes, 3= algumas vezes, 4= usualmente e, 5= sempre. As afirmações são divididas em 10 características comportamentais empreendedoras CCEs, cada característica possui uma pontuação máxima de 25 pontos, sendo considerado empreendedor o indivíduo que apresentar uma pontuação maior que 15 pontos.

Uma vantagem a ser destacada do questionário em questão, é a disponibilidade de um fator de correção, o qual visa corrigir possíveis respostas tendenciosas dos respondentes a fim de passar uma imagem favorável de si mesmo. Assim, ao apresentar o fator de correção, o questionário transmite maior credibilidade aos dados apresentados.

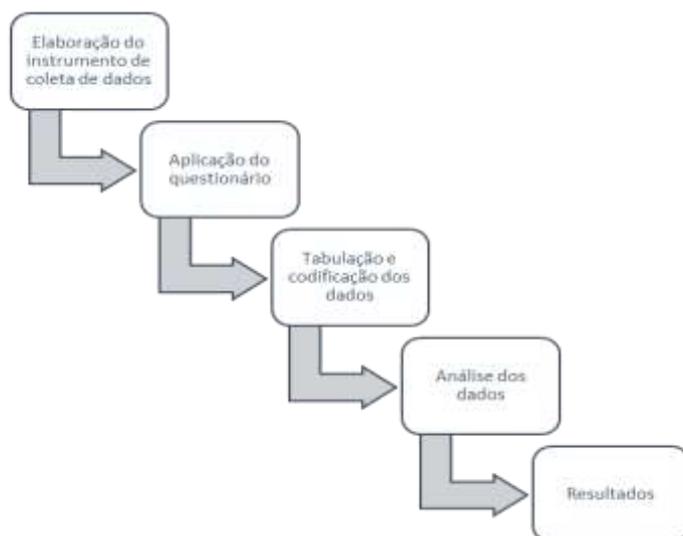
O instrumento de coleta de dados utilizado, além de conter as 55 afirmações acerca das características comportamentais empreendedoras, apresenta questões de natureza descritivas, como sexo, idade, semestre, naturalidade, origem, meio rural ou urbano, bem como duas questões acerca da vontade do respondente de empreender antes e depois de ingressar no curso de Agronomia. Com estas questões pode-se descrever o perfil do público respondente.

A pesquisa foi realizada com uma turma de alunos de graduação do curso de Agronomia da Universidade Federal de Santa – UFSM, no mês de dezembro de 2016. A aplicação do instrumento foi realizada em sala de aula, onde os alunos foram convidados a participar da pesquisa, foi estipulado um tempo para que os interessados pudessem responder o questionário. No total, obteve-se 19 questionários aplicados.

Após a aplicação os dados foram tabulados e codificados no Software Excel 2013. O tratamento dos dados ocorreu por meio da realização de testes estatísticos descritivos.

Para melhor compreensão, a seguir, será demonstrado os processos metodológicos utilizados na pesquisa.

Figura 1 – Procedimentos metodológicos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A seção de resultados inicia-se com a descrição do perfil sócio demográfico do público pesquisado. Na turma em que se realizou a aplicação do questionário, 13 respondentes são do sexo masculino, o que representa 68,42% da população pesquisada e, seis respondentes do sexo feminino, compreendendo a 31,58%. Ao verificar a idade dos alunos de Agronomia pesquisados (Quadro 1), nota-se que 31,58% tem 20 anos de idade, seguido dos que tem 21 anos de idade (26,32%), percebe-se assim, um público jovem. Conforme Oliveira (2013, p. 50) “isso demonstra um comportamento de quem mantém um ritmo de estudos e sempre buscou melhorias contínuas, cumprindo as etapas de conclusões do ensino fundamental, médio e graduação em período normal”.

Quando questionados a respeito da origem, 12 pessoas (63,16%) responderam ter origem do meio urbano e, 7 respondentes (36,84%) afirmaram ter origem do meio rural. Demonstra-se assim, que mesmo se tratando de um curso voltado para o meio rural, é significativa a procura por pessoas oriundas do meio urbano.

Quadro 1 – Perfil dos pesquisados

Categoria	Variável	Frequência	Percentual
GÊNERO	Masculino	13	68,42
	Feminino	6	31,58
IDADE	20 anos	6	31,58
	21 anos	5	26,32
	22 anos	1	5,26
	23 anos	3	15,79
	24 anos	3	15,79
	25 anos	1	5,26
ORIGEM	Meio urbano	12	63,16
	Meio rural	7	36,84

Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Com o intuito de verificar a influência do curso de Agronomia para empreender, perguntou-se a vontade de empreender antes e depois de ingressar na Universidade. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 = pouca vontade e 5 = muita vontade, nota-se que 31,58%, ou seja, 6 respondentes afirmam apresentar 3 (três) de vontade de empreender antes de ingressar na Universidade. Ao serem questionados sobre o desejo de empreender após o ingresso na instituição, 11 alunos (57,89%), demonstraram apresentar 4 (quatro) de vontade de empreender, seguido dos que apresentam 5 (cinco) de vontade, os quais representam 26,32%, ou seja, 5 respondentes (Figura 2).

Figura 2 – Vontade de empreender



Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

De modo geral, a vontade de empreender dos respondentes aumentou após o ingresso no Universidade Federal de Santa Maria, percebendo-se assim, que de alguma forma a instituição de ensino influencia para a ação empreendedora dos alunos pesquisados. Em seu trabalho, Hecke (2011), também constatou que a intensão empreendedora dos alunos é influenciada pela opinião dos amigos e colegas, bem como, a forma com o tema empreendedorismo é trabalhada pela instituição de ensino.

Para avaliar as características comportamentais empreendedoras (CCE's) dos alunos do curso de agronomia foi utilizado o modelo elaborado por David McClelland na década de 1970, uma das principais figuras da corrente comportamentalista. Apesar de ter sido criado há algumas décadas atrás, é o instrumento utilizado por várias instituições que estudam o empreendedorismo, por exemplo o SEBRAE, assim como vários autores dedicados ao assunto defendem sua aplicabilidade atual e o utilizam em suas pesquisas (NETO, 2010; BRANTS et al., 2015; MINELLO et al., 2016).

Por dificuldades de acesso direto à obra de McClelland, utilizou-se como base o modelo utilizado por Neto (2010) em sua dissertação. O modelo propõe um fator de correção – como citado na metodologia – que é utilizado para verificar se o respondente tentou tornar sua imagem altamente favorável. Na amostra realizada foram necessárias duas aplicações do fator de correção, os demais não obtiveram a somatória necessária para a correção.

Considerando a pontuação mínima (15), calculada a partir da média das dez CCE's, que indica o perfil do respondente como empreendedor (BRANTS et al., 2014), todos os alunos participantes da pesquisa obtiveram média superior a 15 pontos. Inicialmente foram avaliados descritivamente – mínimo, máximo, média, mediana, moda e desvio padrão – os dez domínios propostos por McClelland, os quais podem ser visualizados na tabela 1. Os dados apresentados abaixo referem-se ao total da amostra estudada.

Tabela 1: CCE's dos alunos de agronomia - 5º semestre/2016 UFSM

Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Mediana	Moda	Desv. Padrão
1. Busca de oportunidades e iniciativa	16	22	19,05263158	19	19	1,50826185
2. Persistência	14	19	16,63157895	17	16	1,46099381
3. Comprometimento	17	24	20,15789474	20	20	2,36321715
4. Exigência de qualidade e eficiência	14	22	18,42105263	18	18	2,14257865
5. Correr riscos calculados	7	19	16,36842105	17	18	2,67104903
6. Estabelecimento de metas	13	19	15,47368421	16	14	1,77540046
7. Busca de informações	14	22	16,89473684	17	17	2,20843677
8. Planejamento, monitoramento sistemático	13	22	16,89473684	17	17	2,20843677
9. Persuasão de redes de contato	12	21	17,21052632	17	18	2,22558226
10. Independência e autoconfiança	11	20	15,57894737	16	14	1,95265601

Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

O domínio com maior média (20,15) foi o comprometimento e em segunda colocação (19,05) foi a busca de oportunidades e iniciativas, porém o comprometimento apresentou um desvio padrão (2,36) consideravelmente alto se comparado aos demais domínios, perdendo apenas para o correr riscos calculados (2,67). As dimensões que tiveram menor amplitude nas respostas, ou seja, desvio padrão baixo, foram, respectivamente, persistência (1,46) e busca de oportunidades e iniciativa (1,50).

Comparando aos resultados da pesquisa de Neto (2010) realizada com empreendedores com mais de 60 anos, o comprometimento também se destacou com média alta, porém em sua pesquisa o desvio padrão do mesmo foi o mais baixo. Isso pode representar as incertezas que a juventude proporciona aumentando as variações sobre a resposta, pois a média de idade dos entrevistados desta pesquisa é de 21,73 anos, mas ao mesmo passo demonstra que as dimensões consideradas por empreendedores de sucesso se replicam nos jovens participantes.

Na pesquisa de Brants et al. (2014) realizada com alunos de administração, o comprometimento e a exigência de qualidade e eficiência também destacaram-se entre os alunos, significando, segundo os autores, a possibilidade de se mostrarem exigentes com suas próprias atividades, realização em tempo hábil com ótimos resultados e, primando pela qualidade.

O estabelecimento de metas obteve a menor média (15,47) e um desvio padrão também baixo (1,77) dentre os estudantes de agronomia. Resultado semelhante foi encontrado por Brants et al. (2014), em que os autores constataram a necessidade de desenvolvimento desta dimensão, pois os discentes investigados não atingiram o mínimo dos 15 pontos. Nos gráficos 1 e 2 são apresentadas as CCE's, dos alunos da agronomia divididos por sexo.

Figura 3 – Média do perfil empreendedor dos alunos do sexo feminino e masculino



Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

De modo geral, as figuras que os gráficos formam nas duas situações são semelhantes apresentando o potencial empreendedor tanto das mulheres quanto dos homens estudantes de agronomia. Entre as médias das dez características, seis apresentam diferenças menores que um ponto demonstrando as semelhanças entre os perfis feminino e masculino, são elas: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, comprometimento, estabelecimento de metas, persuasão de rede de contatos e, independência e autoconfiança.

A independência e autoconfiança são as características que mais se aproximaram de um ponto de diferença (0,84) entre os perfis masculino e feminino. Os homens demonstraram maior pontuação neste quesito concordando com o que Bartel (2010) observou em alunos de administração, item que ao longo dos 12 semestres investigados em seu estudo mostrou desenvolvimento positivo por parte dos alunos.

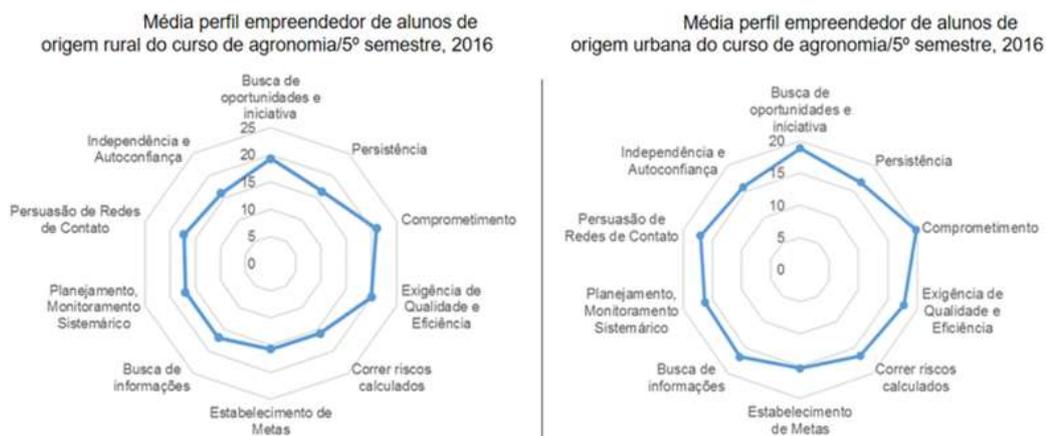
A característica correr riscos calculados foi superior para o sexo masculino em relação dentre os alunos de agronomia. Para Bartel (2010), este ponto também foi verificado com maior destaque para os homens demonstrando que estão mais propensos a considerar maiores desafios no que se refere ao nível de risco da situação, assim como em avaliar as alternativas possíveis.

No que cerne a busca por informações mais uma vez os estudos concordam entre si. As mulheres obtiveram vantagem sobre o perfil masculino tendendo a buscarem mais opções de informações que homens tanto nesta pesquisa como no estudo de Bartel (2010). Em relação às exigências de qualidade e eficiência na presente pesquisa o sexo feminino se destacou conduzindo à observação de que elas estariam buscando mais formas de fazer o melhor considerando padrões de qualidade. Essa afirmação concorda em parte com a pesquisa de Custódio e Neves (2012), pois as alunas do primeiro semestre de administração se sobressaíram em relação aos homens, porém no oitavo semestre os homens alcançaram maiores médias neste ponto.

Planejamento e monitoramento sistemático é o item que apresentou a maior diferença entre os sexos, ou seja, mais de dois pontos de vantagem para o sexo feminino. Situação contrária ocorreu nos estudos de Bartel (2010), pois o autor destacou essa característica como uma das mais desenvolvidas nos homens. Isso demonstra a variação que há entre as situações podendo ser resultante tanto de variáveis de tempo, espaço, do curso, das condições culturais, ou seja, há uma grande gama de itens que possa responder a diferença encontrada.

Na figura 4 são representadas as CCE's em uma comparação com alunos de origem urbana e alunos de origem rural, no intuito de verificar as diferenças e semelhanças entre as duas ocorrências.

Figura 4 – Média do perfil empreendedor dos alunos de origem rural e urbana



Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

A média dos perfis empreendedores dos alunos de origem rural e urbana apresentaram-se semelhantes na maioria das CCE's. Apenas duas características obtiveram diferença superiores a um ponto, sendo que nas duas situações os alunos de origem rural revelaram pontuações maiores. O item que teve maior diferença foi exigência de qualidade e eficiência demonstrando que, possivelmente, os alunos de origem rural sejam mais exigentes em suas atividades, assim como prezem por qualidade. A busca pela qualidade, por exemplo, na gestão interfere diretamente na obtenção dos bens de qualidade refletindo na alavancagem de uma atividade, e caracteriza-se como uma função básica de um empreendedor (CUSTÓDIO; NEVES, 2012).

Assim como a exigência por qualidade e eficiência, outro aspecto que os autores destacam em um perfil empreendedor é o comprometimento. Esse atributo foi o segundo mais presente nos alunos de origem rural, assinalando uma das particularidades encontradas nos empreendedores, pois estes, em grande medida, assumem compromissos para si e para a comunidade os quais pertencem (ÁVILA, 2015).

Outra característica que se aproximou de um ponto de diferença (0,72) foi correr riscos calculados, em que os alunos de origem urbana se destacaram. Esse atributo é um dos mais comentados pelos autores em relação aos principais aspectos que diferenciam um empreendedor (DORNELAS, 2001). Talvez, os alunos do rural tenham considerado maior aversão aos riscos em virtude da convivência com atividades mais propensas às intempéries podendo contribuir para uma tomada de decisão mais assertiva.

O modelo proposto por McClelland divide as CCE's em três grupos de necessidades motivadoras, as quais são: realização, planejamento e poder. Nesse sentido a figura 5 representa essas necessidades motivadoras nos alunos de agronomia agrupadas por origem rural e urbana.

Figura 5- Necessidades motivadoras dos alunos de origem rural e urbana



Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

Apesar das diferenças de pontuação serem menores que um ponto, nas três necessidades motivadoras os alunos de origem rural obtiveram números maiores comparados aos de origem urbana. Visualmente, há um maior equilíbrio na base da pirâmide que representa os alunos de origem rural e, em termos de realização também superaram os demais colegas em 0,56 pontos.

A necessidade de realização é a primeira a ser identificada por autores como McClelland e, por vezes a que mais se sobressai, o que constatou-se nos dados analisados. Os empreendedores são identificados por ela e pela dedicação em realizar atividades que dependem, antes que qualquer coisa, de suas próprias habilidades, ou melhor, do reconhecimento de suas capacidades (BARTEL, 2010).

A necessidade de planejamento foi maior em 0,38 pontos para os alunos de origem rural e a necessidade de poder totalizou uma diferença de menos de 0,20 pontos entre os alunos das diferentes origens. Essa última necessidade pela preocupação em exercer poder sobre outras pessoas, valorizando a execução de ações ditas importantes (NETO, 2010). Na sequência seguem as considerações finais.

5 CONCLUSÃO

O foco central do artigo se sustenta em verificar as características comportamentais empreendedoras dos alunos de graduação do curso de agronomia da UFSM. Seus delineamentos básicos foram analisados por meio de um escopo analítico que compreendeu as temáticas de empreendedorismo, perfil empreendedor e empreendedorismo na graduação. A combinação destas temáticas, juntamente com os dados empíricos, permitiu concluir que os alunos pesquisados apresentam um significativo perfil empreendedor.

Dentre as características propostas por McClelland (1972), as que mais se destacam entre os pesquisados são comprometimento, seguido de busca de oportunidades e iniciativa. As duas categorias que obtiveram os menores resultados são estabelecimentos de metas, seguido por independência e autoconfiança.

É possível constatar que mesmo se tratando de um curso em que a temática empreendedorismo é pouco trabalhada, os alunos apresentam um bom perfil empreendedor, visto que, nenhuma categoria analisada ficou abaixo de 15 pontos, pontuação mínima considerada por McClelland (1972) para apresentar um perfil empreendedor.

A pesquisa oportunizou identificar que a vontade de empreender dos alunos aumentou após o ingresso na Universidade identificando assim, que de alguma forma a instituição de ensino influencia para a ação empreendedora dos alunos pesquisados.

Pode-se destacar como contribuições deste estudo, a identificação do perfil empreendedor de uma turma voltada para o meio rural, visto que, a maioria dos estudos similares foram realizados com cursos de Administração e Ciências Contábeis. Este estudo pode servir também, para estimular a criação de novas disciplinas e/ou atividades que tratem sobre o tema em questão, a fim de capacitar os alunos para a intensão empreendedora, a qual é fundamental para formação dos futuros profissionais.

Como limitações destacam-se o período em que a pesquisa foi realizada, visto que poucas turmas estavam tendo aulas.

Como sugestão para estudos futuros, propõem-se ampliar esta pesquisa com os semestres iniciais e finais do curso, com o intuito de comparar e verificar com mais precisão a influência do curso na intensão empreendedora dos alunos.

Referências Bibliográficas

ÁVILA, D. de F. L. (2015): **Empreendedorismo e (des)envolvimento local: o propósito de uma intervenção educativa em rede**. Tese (Mestrado em intervenção, inovação e empreendedorismo) – Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Universidade de Coimbra, Coimbra.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. (2014): Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.

BARTEL, G. (2010): **Análise da evolução das características comportamentais empreendedoras dos acadêmicos do curso de administração de uma IES catarinense**. Dissertação (mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau.

BAÚ, E. C. (2011): **O empreendedorismo e os pequenos negócios como alternativa de desenvolvimento sustentável em Roraima**. Dissertação (Mestrado em economia) –

Programa de Pós-graduação em Economia, Mestrado Interinstitucional UFRGS, Universidade Federal de Roraima, Porto Alegre.

BRANTS, J. B. et al. (2015): Empreendedorismo acadêmico no curso de administração da Unir. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 16, n. 2, p. 59-74.

CUSTÓDIO, F.; NEVES, J. T. de R. (2012): Presença de características empreendedoras nos discentes no início e no fim do programa de um curso de graduação em administração de empresas de uma instituição de ensino superior (IES) do setor privado. **Revista Pensar Administração**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2.

DOLABELA, F. (2004): Pedagogia empreendedora. **Revista de negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 127-130.

DORNELAS, J. C. A. (2001): **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

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

FILION, L. J. (1999): Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28.

HECKE, A. P. (2011): **A intensão empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em Administração e Ciências Contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba-PR**. 2011. 83 f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

HISRICH, R.; PETERS, M. (2004): **Empreendedorismo**, 5 ed, Porto Alegre: Bookman.

MORELLO, A. (2016): **A manifestação da intuição na tomada de decisão instantânea pelos empreendedores da Serra Gaúcha**. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Programa de Pós-graduação da Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

MINELLO, Í. F. et al. (2016): Características comportamentais empreendedoras: um estudo com acadêmicos de administração de uma universidade brasileira. In: **5º Fórum Internacional Ecoinnovar**. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.

NETO, N. G. (2010): **Manter-se empreendedor após os sessentas anos motivação e desafios**. 2010. 112 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte.

OLIVEIRA, C. M. (2013): **A perspectiva empreendedora dos alunos em fase de conclusão do curso de Administração da faculdade Cearense – FAC em 2013**. 2013. 75 f. Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade Cearense, Fortaleza.

OLIVEIRA, F. M de. (2012): Empreendedorismo: teoria e prática. **Especialize – revista on-line**, Goiânia, v. 1, n. 1, p. 1-13.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C, F; LUCIO, P B. (2006): **Metodologia de pesquisa**. São Paulo: McGrall-Hill.