



Agosto 2018 - ISSN: 1696-8352

EMPREENDEDORISMO: COMPARANDO CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DE ALUNOS DE GRADUAÇÃO DE CAMPUS DISTINTOS

ENTREPRENEURSHIP: COMPARING ENTREPRENEURSHIP CHARACTERISTICS OF DIFFERENT CAMPUS GRADUATION STUDENTS

Cristiane Krüger¹
Italo Fernando Minello²
Jéssica da Silva Maciel³
Silvana Bortoluzzi Balconi⁴

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Cristiane Krüger, Italo Fernando Minello, Jéssica da Silva Maciel y Silvana Bortoluzzi Balconi (2018): "Empreendedorismo: comparando características empreendedoras de alunos de graduação de campus distintos.", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (agosto 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/empreendedorismo-alunos-graduacao.html>

RESUMO

Neste estudo se objetivou analisar as características comportamentais empreendedoras dos alunos dos cursos de graduação de dois campus distintos de uma IES brasileira. Especificamente se almejou traçar o perfil dos acadêmicos dos dois campus estudados; mapear e comparar as CCE's desses acadêmicos. A metodologia é classificada quanto a abordagem como quantitativa, quanto aos objetivos como descritiva e quanto aos procedimentos como sendo de levantamento. Os resultados mostraram que um campus apresentou pontuações superiores para as CCE's, isso se deve, talvez, pelo fato de neste campus existir o Curso de Administração. Além disso, os alunos de graduação de ambos campus apresentam as dez CCE's. O estudo limitou-se a aplicação de um questionário de modo transversal em dois campus da UFSM. Estudos futuros podem considerar a realização de entrevistas junto aos alunos, assim como a replicação da pesquisa nos demais campus da UFSM, de modo periódico.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Comportamento empreendedor, CCE's, Graduação.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the entrepreneurial behavioral characteristics of undergraduate students from two different Brazilian HEIs. Specifically, it was intended to outline the academic profile of the two studied campuses; map and compare the CCEs of these academics. The methodology is classified as approach as quantitative, as to the objectives as descriptive and as to the procedures as being of survey. The results showed that a campus presented higher scores for the CCEs, this is perhaps due to the fact that there is an Administration Course on this campus. In

¹ Cristiane Krüger: Professora do Curso de Ciências Contábeis - UFSM/FAMES Doutoranda em Administração - PPGA/UFSM. E-mail: cris.kruger@hotmail.com.

² Italo Fernando Minello: Professor Doutor e Professor no Programa de Pós graduação na UFSM. E-mail: minelloif@gmail.com

³ Jéssica da Silva Maciel: Acadêmica do Curso de Administração – UFSM. E-mail: jessicadsmaciel@gmail.com

⁴ Silvana Bortoluzzi Balconi: Administradora na UFSM e Mestre em Gestão de Organizações Públicas pela UFSM. E-mail: silvana.balconi@ufsm.br

addition, undergraduates from both campuses present the ten CCEs. The study was limited to the application of a cross-sectional questionnaire on two UFSM campuses. Future studies may consider conducting interviews with students, as well as replicating the research on other UFSM campuses, periodically.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Behavior, CCE's, University graduate.

1 INTRODUÇÃO

O fomento ao desenvolvimento de características empreendedoras torna-se fundamental num contexto carente de estímulos criativos que cultivem conduta inovadora em indivíduos que estão em processo de formação técnica e intelectual. O direcionamento que encoraja a tomada de decisões, a originalidade e a inovação são relevantes para que se formem cada vez mais mentes capazes de resolver problemas e proporem ações que impactem positivamente dentro do meio no qual estão inseridos.

Indícios consideráveis apontam que em uma nação o desenvolvimento social e a expansão econômica estão profundamente vinculados às atitudes empreendedoras de sua população economicamente ativa (VIEIRA; RIBEIRO; MELATTI, 2010). Paralelo a isso, é consensual afirmar que o empreendedorismo acadêmico se tornou motor propulsor do avanço econômico e da produção de riquezas (SHANE, 2004).

Segundo Garcia (2012), os empreendedores acadêmicos são fundamentais no processo de desenvolvimento econômico e tecnológico dos países. Pode-se afirmar que os mesmos possuem maior habilidade na construção de novas empresas, contrapondo os empreendedores que não são universitários, considerando que os negócios criados por eles são resultantes de pesquisas acadêmicas desenvolvidas cientificamente (GARCIA, 2012).

Pessoas que possuem comportamento empreendedor, na visão de McClelland (1972), detêm uma estrutura motivacional distinta, caracterizada pela existência de necessidade de realização, traço que impulsiona a busca da execução de atividades desafiadoras, porém com riscos calculados. Por isso a importância do estímulo e do desenvolvimento desses atributos durante a formação universitária dos alunos, independentemente da área de atuação.

Considerando que as Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's) podem ser desenvolvidas (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014), é necessário que se saliente a importância das universidades como instrumento de aprimoramento no processo de desenvolvimento de indivíduos empreendedores. Uma vez envolvidas no incremento de ações, práticas e projetos que viabilizem a construção de uma mentalidade empreendedora em estudantes, as academias deixam de ser apenas um ambiente na qual o aluno frequenta para adquirir conhecimento e passam a ser também um laboratório de criação de novas ideias.

Em um ambiente no qual são desenvolvidas e aplicadas atividades de educação empreendedora, pode-se presumir que elas se tornem condutoras de influências daqueles que fazem parte do meio o que irá afetar positivamente em suas características comportamentais empreendedoras. Com isso, faz-se necessária a participação das instituições acadêmicas como facilitadoras na mudança de comportamento dos alunos, com o uso de metodologias educativas específicas (BERNARDES; RIBEIRO, 2014).

Estudos como o de Shinnar, Pruet e Toney (2009) evidenciam que a inserção de uma educação para o empreendedorismo nos cursos de graduação dá suporte para o aumento da intenção de empreender por parte dos alunos. A partir disso, torna-se imprescindível a utilização de práticas que propiciem aos discentes a realização das atividades com criatividade a fim de adaptarem-se de forma natural a um ambiente complexo, inconstante e competitivo.

Para Dolabela e Filion (2013), o processo de educação empreendedora é vivencial, no qual a seleção de abordagens pedagógicas apropriadas torna-se pertinente no sentido de promover mudança social e desenvolvimento regional. As práticas de promoção de atitudes empreendedoras, quando inseridas no contexto acadêmico, influem na participação dos agentes que fazem parte do processo, o que contribui para criação de uma cultura empreendedora em diversos níveis do ensino.

Neste cenário, encontram-se os futuros profissionais, hoje acadêmicos de diversos cursos, os quais atuarão em inúmeras atividades distintas que requerem habilidades específicas dentro da sociedade, as quais podem ser aperfeiçoadas com o desenvolvimento de características empreendedoras no decorrer de sua formação. Com isso, é possível viabilizar uma inserção mais efetiva no mercado de trabalho, no qual esses profissionais atuarão, criando negócios, produzindo riquezas e desenvolvendo o ambiente socioeconômico em que estão inseridos.

Tendo em vista o exposto, a problemática que surge no contexto de educação empreendedora do ambiente acadêmico é a seguinte: existe diferença entre o comportamento empreendedor de alunos de uma mesma Instituição de Ensino Superior (IES) em campus distintos?

Diante disso, no presente estudo objetiva-se analisar as características comportamentais empreendedoras dos alunos dos cursos de graduação de dois campus distintos de uma IES brasileira. Para possibilitar tal comparação estipulou-se especificamente: i) traçar o perfil dos acadêmicos dos dois campus estudados; ii) mapear as características comportamentais empreendedoras desses acadêmicos; iii) comparar as CCEs entre os alunos de ambos os campus.

O estudo está dividido em cinco capítulos. Inicialmente apresentou-se a introdução, contemplando contextualização, problema e objetivos. A seguir, no referencial teórico, são abordados os temas de educação empreendedora, características comportamentais empreendedoras e estudos assemelhados. O detalhamento metodológico encontra-se no terceiro capítulo. Por conseguinte, demonstra-se a análise e discussão dos resultados. Finda-se o estudo no quinto capítulo, nas considerações finais consideram-se as contribuições do estudo, limitações e sugestões para estudos futuros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo contempla as temáticas de educação empreendedora, as características comportamentais empreendedoras de McClelland (MSI, 1990) e estudos similares.

2.1 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

O enfoque na educação orientada para características empreendedoras vem aumentando atualmente. Nesse sentido, é relevante analisar os diversos conceitos e especificidades da educação empreendedora, visto que as peculiaridades distinguem disciplinas empreendedoras de conteúdos puramente teóricos.

No desenvolvimento de uma educação empreendedora, pode-se dizer que a ação é fundamental, de acordo com Neck e Greene (2011), o primeiro passo para esse processo fundamenta-se em permitir que os alunos experimentem a realidade para depois aprenderem conceitos. O desenvolvimento do comportamento empreendedor do aluno consiste na sua capacitação para que ele tenha a habilidade de criar, conduzir e implementar o processo criativo. Dessa forma será proporcionada a conjuntura de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, transformando-se, deste modo, no ator responsável pelo seu desenvolvimento pessoal, bem como de sua organização (NECK; GREENE, 2011).

Logo, educação empreendedora contribui na percepção e entendimento da realidade, promovendo a reflexão sobre transformações e inovações, buscando ações planejadas e embasadas de forma técnica, além de fornecer estímulo para transformação positiva da realidade, nas esferas pessoal, econômica e social (LOPES, 2014).

Nessa perspectiva Singer, Amorós e Arreola (2015), explicitam que o conteúdo empreendedor deve ser introduzido nos três níveis de educação, de forma sistemática e consistente, com vistas ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora que permeie a sociedade como um todo, contribuindo para a concretização da universidade empreendedora.

O principal propósito da educação empreendedora é produzir atitudes positivas relacionadas às atividades empreendedoras e fomentar habilidades de pensamento (FAYOLLE, GAILLY; LASSAS-CLERC, 2006), que permite aos alunos reconhecer, pesquisar e buscar oportunidades, uma área-chave no empreendedorismo (BUSENITZ et al., 2014)

Além disso, o que se conclui é que as academias que estão em busca de promover o empreendedorismo ainda o fazem focado em cursos de administração, isolando-o dos demais cursos, como a psicologia, a sociologia, a educação, e demais áreas que se preocupam com o entendimento do comportamento humano (LORENTZ, 2015). Mendes (2011) argumenta que o ensino de empreendedorismo deveria ser tratado não como uma disciplina autônoma, como é verificado na maioria das instituições de ensino, mas integrada com as demais, considerando que existem diversas questões inerentes a outros campos de investigação que são centrais no seu estudo. Neste sentido, Tschá e Cruz Neto (2014) declaram que a educação empreendedora não deve ser vista como uma disciplina isolada, e sim como um conjunto de ações por meio das quais os alunos são orientados a expandirem suas próprias ideias e que esse processo deveria ser estabelecido desde os primeiros períodos da graduação.

A realização de dinâmicas e atividades em sala de aula viabiliza a construção de um ambiente que proporciona aos discentes a geração de conhecimentos e comportamentos empreendedores. Nesse processo, o docente possui um papel primordial como mediador das diferentes atividades. Para Ribas (2011), a educação voltada ao empreendedorismo consiste em um sistema interativo, constante e dinâmico, em que o aprendizado deve relacionar-se continuamente com a execução, proporcionando um resultado prático para o indivíduo, estimulando e desenvolvendo o comportamento empreendedor.

Conforme dito por Gedeon (2013), a educação empreendedora compreende a transformação e o desenvolvimento pessoal como um todo, o que propicia que os alunos adquiram conhecimentos, habilidades e resultados de aprendizagem atitudinais. Isso os qualifica com uma ideologia de noção

empresarial, a qual eles podem aplicar em suas vidas, empregos, comunidades utilizando-se de ação e paixão (GEDEON, 2013).

A proposta da *European Commission Enterprise and Industry Directorate-General* (2008) elaborou três objetivos para a educação empreendedora no ensino universitário, sendo: desenvolver habilidades empreendedoras necessárias para identificar e explorar oportunidades de negócios; desenvolver o espírito empreendedor nos estudantes; e, treinar os discentes para abrir e administrar um negócio.

Hoje, há uma maior preocupação no ensino da educação empreendedora para que forme indivíduos atuantes, indo além do mero conhecimento técnico (ELMUTI; KHOURY; OMRAN, 2012). Para Minello (2014, p. 79), o indivíduo 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”.

Para Dolabela (2008, p. 14) “O conhecimento empreendedor não é transferível, como temas acadêmicos convencionais, de quem sabe para quem não sabe. O que se pode fazer é desenvolver o potencial empreendedor presente na espécie humana”. Por meio da educação empreendedora, é possível possibilitar aos estudantes uma melhor preparação profissional e desenvolver profissionais que tenham comportamentos inovadores, proativos e com iniciativa (LIMA et. al., 2015).

Portanto, não se trata somente de ferramentas que permitam criação de empreendimentos: “o conceito de educação empreendedora a ser adotado deve ser muito mais no sentido de viabilização de propósitos do que apenas no sentido de abertura de um negócio.” (LOPES, 2010, p. 165).

O ensino empreendedor vem se desenvolvendo progressivamente no ambiente universitário, tendo em vista as diversas pesquisas nos últimos anos, análises do perfil dos estudantes, disciplinas envolvidas e métodos mais adequados nesse sentido (BALCONI, 2016).

A educação empreendedora não deve ser vista como uma disciplina isolada, conforme afirmam Tschá e Cruz Neto (2014), mas sim um conjunto de ações em que se orienta os alunos a expandir suas próprias ideias, desde os primeiros períodos da graduação. Para Mendes (2011), visto que existem inúmeras questões inerentes a outros campos de investigação e são centrais na educação empreendedora, ela não deve ser tratada como uma disciplina autônoma.

Essa educação deve gerar bases que conduzam as aplicações desse ensino de formas concretas e mais específicas, mudando o foco de aluno para professor e nas metodologias envolvidas na atividade de educação empreendedora (GOODWIN, 2014). Visto que a educação empreendedora é multifacetada, existem diversos fatores a serem levados em consideração na preparação dos jovens, como recursos limitados e o contexto inserido (PIPEROPOULOS; DIMOV, 2015).

2.2 CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS (CCE's)

Nos estudos realizados acerca das competências e características individuais relativas a indivíduos empreendedores, David McClelland se destacou, identificando a necessidade de se realizar como uma das características mais visíveis do empreendedor (FILION, 1999). Pessoas com essas características buscam mudanças em suas vidas, almejando metas realistas e realizáveis (MCCLELLAND, 1972).

Segundo Balconi (2016), com base nos estudos de McClelland, desenvolvidos por meio de um projeto com a Agência para o Desenvolvimento Internacional dos Estados Unidos (USAID), a McBer & Company (empresa de David McClelland) e a Management Systems International – MSI, foram estabelecidas dez Características Comportamentais Empreendedoras, divididas em três categorias com base em comportamentos específicos (MSI, 1990).

As CCEs são divididas em três dimensões, sendo Realização, Planejamento e Poder. A dimensão Realização contempla cinco características, conforme segue:

- 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; e aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio e obter financiamentos, equipamentos, entre outros.

- Correr riscos calculados: avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; e 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; e 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 modo a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; e 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; e esmera-se em manter os clientes satisfeitos e coloca, em primeiro lugar, a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo.

Na dimensão Planejamento são classificadas outras três características, como segue:

- Busca de informações: dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; e consulta especialistas 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; e 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 as mudanças circunstanciais; e mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.

Por fim, na dimensão Poder são registradas duas características:

- Persuasão e redes de contato: utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; e 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; e expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

A presença de tais características é importante para ajudar os indivíduos nos desafios de empreender (MCCLELLAND, 1987), e a ausência delas pode até mesmo inviabilizar a formação de empreendimentos. Também foi desenvolvido um instrumento de pesquisa que possibilitasse identificar tais características empreendedoras nos indivíduos. Por meio de 55 afirmações, o instrumento visa mensurar características empreendedoras pelo viés das necessidades (SANTOS; PAIXÃO, 2013). O instrumento desenvolvido para identificar tais CCE's, com base no questionário de McClelland (MANSFIELD et al., 1987) é amplamente utilizado nas pesquisas para identificar tais características em diversas áreas.

É consensual a noção que identificar as características empreendedoras possibilita que estas sejam ensinadas, disseminadas e treinadas nos indivíduos que possuem a intenção de serem empreendedores (DOLABELA, 1999a; FILION, 1999). Conforme Filion (1999), as pesquisas recentes auxiliam na medida que observam empreendedores bem-sucedidos, o que permite identificar as características promissoras a serem aperfeiçoadas nos indivíduos interessados em desenvolver características empreendedoras. Desenvolver e estimular comportamentos empreendedores nos diversos níveis de ensino proporciona ao mercado de trabalho pessoas mais preparadas e aptas a atuar junto às atividades empreendedoras (KRÜGER, 2016).

2.3 ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS ACERCA DE CCE's

lizuka e Moraes (2014) notaram em seu estudo o alto potencial para empreender de alunos de uma universidade paulista. Tal dado é essencial para que a instituição possa ampliar e fortalecer suas ações referentes à educação empreendedora. Os autores identificaram que é uma visão subentendida das instituições que os alunos não são empreendedores, o que as impede de desenvolver o potencial dos alunos. Conhecendo os alunos a partir das características comportamentais, propicia o estímulo e aprimoramento daqueles tidos com baixo potencial ou até mesmo que já são empreendedores.

Uma pesquisa realizada por Marinho (2016) juntamente a uma incubadora tecnológica na cidade de Santa Maria/RS analisou a influência das características empreendedoras nos processos de incubação. Aplicando o questionário de McClelland (MANSFIELD et al., 1987) e entrevistas semiestruturadas aos gestores de negócios incubados, notou-se que a incubadora proporciona desenvolvimento e estimula a aprendizagem dos indivíduos de maneira experiencial, o que demonstra a importância de métodos não somente teóricos na educação empreendedora.

O perfil empreendedor de discentes e docentes em Administração da Universidade Federal de Rondônia foi estudado por Brants et al. (2015). Utilizando-se do questionário das CCE's (MANSFIELD et al., 1987), tendo como base teórica a teoria do comportamento planejado, os resultados demonstraram o perfil empreendedor tanto dos docentes como dos discentes, com práticas empreendedoras nas atividades didáticas. Buscando contribuir com a disseminação da cultura empreendedora nas universidades, os autores propuseram também novas práticas a serem utilizadas pelos docentes nas aulas, melhorando tais Características Comportamentais Empreendedoras.

Ching e Kitahara (2015) analisaram as CCE's nos estudantes de uma Instituição de Ensino Superior da região metropolitana de São Paulo. A pesquisa descritiva, com uma amostra de 79 alunos do curso de Administração, demonstrou que as características mais desenvolvidas são o estabelecimento de metas e comprometimento, já as menos desenvolvidas foram correr riscos calculados e a persuasão. Tal conhecimento contribuiu para que o curso pesquisado pudesse repensar atividades disseminadoras de um comportamento mais empreendedor.

Vieira et al. (2014) realizaram um estudo com 251 alunos do curso de administração para entender a visão dos estudantes universitários sobre empreendedorismo, constataram que os alunos apresentam fortes características empreendedoras, porém, existem barreiras para a aplicação dessas características, especialmente no que tange à falta de possibilidades e acesso ao capital financeiro.

Bronoski (2008) buscou analisar a intenção empreendedora de 625 alunos de diversos cursos de bacharéis e licenciaturas e detectou que, em média, um em cada três acadêmicos deseja ter seu próprio negócio, no entanto os cursos de maior potencial ao ensino empreendedor são os cursos de administração, seguido pelo curso de ciências contábeis.

Rocha e Freitas (2014) tiveram como objetivo pesquisar a aprendizagem do ensino de empreendedorismo, com o propósito de verificar a alteração do perfil empreendedor. Como resultado, ficou demonstrado de forma evidente que o perfil dos estudantes matriculados no curso de administração de empresas que faziam parte de atividades educacionais de formação em empreendedorismo (AEFE) apresentaram alterações nas dimensões que o compõe em relação aos dos estudantes que não estavam participando.

Santos e Paixão (2013) ao realizar uma pesquisa com egressos de uma universidade paulista, utilizando um instrumento de pesquisa definido por McClelland (1972), encontraram características empreendedoras bem definidas nos alunos, em especial as características relacionadas a realização: busca de oportunidades, de informações, planejamento de metas, monitoramento e preocupação com gestões financeiras. Esta análise tornou possível, aos egressos, a execução de um plano de ação para que fosse potencializada suas características empreendedoras já internalizadas, mas, principalmente melhorar os pontos fracos a partir de uma educação contínua e práticas específicas, caso fosse do interesse de cada um, aproximando-os das exigências mercado de trabalho.

3. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho, com base no objetivo definido, analisar as características empreendedoras de alunos de graduação de dois campus distintos – de Frederico Westphalen/RS e Palmeira das Missões/RS - da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), utilizou-se de enfoque quantitativo, descritivo e de levantamento.

O método quantitativo pode ser utilizado para análise de conjuntos extensos de dados e grupos demográficos, a partir de uma conjuntura a ser descoberta, moldada a partir de fenômenos sociais, propiciando maior usabilidade na verificação do perfil de dada população (MINAYO; SANCHES, 1993; SAMPIERI et al., 2013). De acordo com Roesch (2005), tal método visa captar informações acerca de determinada população de maneira objetiva.

A pesquisa quantitativa aborda amostras mais amplas, o que propicia dados mais exatos em relação ao problema ser estudado, tornando-se mais apropriada quando se tem mais informações acerca do problema (RICHARDSON, 2011). Utilizar métodos quantitativos para analisar a realidade social presente em um mesmo estudo ou em estudos diferentes, conforme Ramos (2013), visa descrever e/ou comparar características de diversos grupos sociais, contextos ou instituições e estipular relações causais.

Para Triviños (1987) a pesquisa descritiva tem por objetivo relatar fatos e fenômenos determinada realidade. Ainda segundo o autor, para ser válida cientificamente, é necessária uma delimitação precisa das técnicas, métodos e modelos que vão orientar a coleta e análise dos dados de uma população e amostra claramente delimitadas.

Segundo Perovano (2014), o estudo descritivo é realizado a partir de uma análise relacional entre variáveis para que seja possível determinar os efeitos resultantes em determinado fenômeno ou processo pela da identificação e análise de registros e características.

A pesquisa tipo de levantamento para Gil (2008), caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo o comportamento se deseja conhecer. Basicamente é a solicitação de informações de um determinado grupo de pessoas que o problema está sendo estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões dos dados coletados.

3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população pesquisada consiste nos discentes matriculados regularmente em dois campus da UFSM, sendo 923 alunos distribuídos em seis cursos do campus de Frederico Westphalen, e 1.234 alunos de sete cursos do campus de Palmeira das Missões. Tendo em vista o número total de alunos, calculou-se então a amostra mínima necessária para a pesquisa ser estatisticamente significativa. O cálculo do tamanho mínimo amostral foi realizado conforme a fórmula apresentada na Equação 1, referente a uma população finita (FONSECA; MARTINS, 1996).

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

Em que:

e – Erro amostral;

N – Tamanho da população;

n – Amostra mínima

a = 0,05 – nível de Significância

p = 0,5 e q = 0,5;

$z_{\alpha/2}^2 = 1,96$ para um nível de confiança de 95%.

A um nível de confiança de 95% e um erro amostral de 5%, o resultado encontrado foi de uma amostra calculada de 272 alunos para o campus de Frederico Westphalen e 294 alunos para o campus de Palmeira das Missões. No

Quadro 1 consta o total de discentes dos dois campus, a amostra efetiva de alunos que foram pesquisados e o percentual relativo de cada campus com o total pesquisado.

Quadro 1 - População, amostra pesquisada e percentual relativo de alunos

Discentes	População	Amostra	Percentual
Campus FW	923	597	43
Campus PM	1.234	792	57
Total	2.157	1.389	100

Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme Quadro 1 observa-se que as amostras coletadas superaram as amostras mínimas calculadas.

3.2 QUESTIONÁRIO UTILIZADO

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário composto por 61 questões, as quais dividem-se em duas partes. A parte inicial é formada por seis questões relativas ao perfil do pesquisado, tais como: idade, gênero, estado civil, renda, semestre. Já a segunda parte refere-se às CCE's de McClelland (MANSFIELD, 1987), composta por 55 afirmações. Para cada questão foi utilizada uma escala Likert de 5 pontos, onde: 1 = nunca, 2 = raras vezes, 3 = algumas vezes, 4 = usualmente e 5 = sempre.

As CCE's dividem-se em dez, as quais são identificadas por cinco questões do questionário, apresentadas no

Quadro 2.

Quadro 2 – CCEs e questões correspondentes

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

Fonte: adaptado de Mansfield et al., 1987.

As indicações em asterisco (*) do Quadro 2 referem-se às questões negativas em que a pontuação deve ser subtraída do resultado da respectiva característica na qual deverá ser somado 6 (seis pontos) no somatório final. As questões de número 11, 22, 33, 44, e 55 referem-se ao “Fator de Correção”, aplicado afim de evitar que, mesmo de forma inconsciente, o aluno manifeste uma autoimagem excessivamente favorável. Se o somatório das cinco questões do fator de correção for igual ou superior a vinte pontos, todas as CCE’s são corrigidas com a subtração dos pontos (MANSFIELD et al., 1987) conforme o disposto no Quadro 3.

Quadro 3 - Fator de correção e coeficiente de subtração

Se o a pontuação do Fator de Correção é	Subtraia o seguinte número de correção da pontuação total de cada competência
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

Fonte: adaptado de Mansfield et al. (1987).

Cada uma das CCE’s pode apresentar pontuação máxima de até 25 pontos. Possuindo 15 ou mais pontos em determinada característica, considera-se que o aluno possui tal CCE e é empreendedor (MANSFIELD et al., 1987).

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise e discussão dos resultados é apresentada em dois subcapítulos, o primeiro contempla a caracterização da amostra e em seguida é detalhada a análise dos dados do instrumento.

4.1 CARACTERÍSTICA DA AMOSTRA

A amostra coletada do campus de Frederico Westphalen é composta por 597 discentes de graduação, superior à amostra mínima calculada, representa 64,7% da população, sendo 297 pessoas do gênero masculino (49,7%) e 300 do gênero feminino (50,3%). No que se refere a faixa etária 87,9% (525) possuem até 23 anos. Em relação ao estado civil, os solteiros representam 97% dos respondentes.

No que se refere ao campus de Palmeira das Missões verificou-se que dos 792 respondentes, 217 são do sexo masculino. Enquanto que 575, ou seja 72,60% são do sexo feminino. Com relação a idade, 217 alunos estão entre 16 a 19 anos e 351 entre 20 a 23 anos. Pode-se inferir que mais de 70% dos alunos estão em idade teoricamente adequada, segundo Censo de Educação Superior - CENSUP (2013) para cursar esse nível de ensino, que vai dos 16 aos 24 anos. Para o estado civil, disparadamente, 666 responderam solteiro para a questão, isso equivale a mais de 80% do total.

4.2 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos resultados iniciou com o cálculo dos mínimos, máximos, médias, desvio padrão das CCE's, seguida da intensidade da respectiva característica nos alunos de cada campus. O Quadro 4 apresenta a estatística descritiva para o campus de FW.

Quadro 4 – Estatística descritiva FW

Inst.	Dimensões/Características	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Intensidade
CCE's	Busca de oportunidades e iniciativa	10,00	25,00	17,93	2,54	BAIXO
	Persistência	7,00	24,00	16,84	2,42	BAIXO
	Comprometimento	9,00	25,00	18,40	2,72	BAIXO
	Exigência de qualidade e eficiência	3,00	25,00	17,95	3,11	BAIXO
	Correr riscos calculados	6,00	24,00	16,55	2,55	BAIXO
	Estabelecimento de metas	5,00	25,00	19,57	3,10	ALTO
	Busca de informações	10,00	25,00	18,30	2,92	BAIXO
	Planejamento e monitoramento Sist.	9,00	25,00	16,98	2,54	BAIXO
	Persuasão e redes de contato	5,00	25,00	16,91	2,77	BAIXO
	Independência e autoconfiança	4,00	25,00	17,71	2,94	BAIXO

Fonte: elaborado pelos autores.

Já o Quadro 5 demonstra a estatística descritiva de PM.

Quadro 5 – Estatística descritiva PM

Inst.	Dimensões/Características	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Intensidade
CCE's	Busca de oportunidades e iniciativa	10	25	18,40	2,39	BAIXO
	Persistência	10	25	17,48	2,29	BAIXO
	Comprometimento	5	25	19,39	2,72	ALTO
	Exigência de qualidade e eficiência	7	24	18,29	2,80	BAIXO
	Correr riscos calculados	9	23	16,67	2,28	BAIXO
	Estabelecimento de metas	9	25	20,42	2,96	ALTO
	Busca de informações	9	25	18,86	2,95	BAIXO
	Planejamento e monitoramento Sist.	9	25	17,46	2,61	BAIXO
	Persuasão e redes de contato	7	24	17,04	2,65	BAIXO
	Independência e autoconfiança	9	25	18,45	2,87	BAIXO

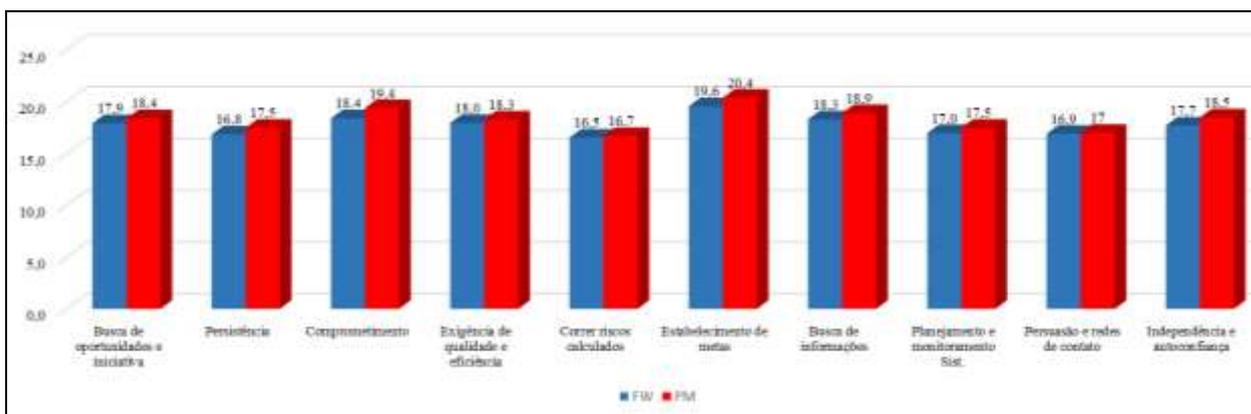
Fonte: elaborado pelos autores.

A partir dos Quadros 4 e 5 é possível identificar as pontuações mínimas e máximas de cada dimensão e característica, assim como as médias, desvio padrão e intensidade das CCE's. No caso das características o limite máximo é de 25, que não foi atingido nas características de persistência

“24” e correr riscos calculados “24” no campus de FW. Já no campus de PM o máximo não foi atingido em exigência de qualidade e eficiência “24”, correr riscos calculados “23” e persuasão e redes de contato “24”.

Com base na observação dos quadros 4 e 5 verifica-se que os resultados coincidem com a classificação das características de McClelland (1972), em que a dimensão realização compreende as características de busca de oportunidades e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência e correr riscos calculados; a dimensão planejamento compreende as características de estabelecimento de metas, busca de informações e planejamento e monitoramento sistemáticos; e, a dimensão poder contempla as características de persuasão e redes de contato e independência e autoconfiança, esse resultado confirma os fatores de cada dimensão do instrumento de características comportamentais empreendedoras (MANSFIELD et al., 1987).

Figura 1 – Quantificação das CCEs por campus



Fonte: elaborado pelos autores.

Dentre as dez características comportamentais analisadas em ambos os campus destaca-se a característica estabelecimento de metas a qual obteve as maiores médias, sendo de “19,6” em FW e “20,4” em PM. Indivíduos que possuem esta característica agem de forma organizada, consciente dos passos necessários para conquistar seus objetivos (MARINHO, 2016). Esse atributo é um indicativo relevante, pois representa a capacidade de uma definição clara dos objetivos e das atividades a serem realizadas para obtenção dos propósitos estabelecidos pelo indivíduo.

A segunda média considerada nível alto foi Comprometimento com uma média de 18,4 em FW e 19,4, da dimensão Poder, o que representa um comportamento direcionado ao empenho aplicado para realização das tarefas a fim de finalizar os trabalhos que se propõem.

Para características que demandam maior desenvolvimento junto aos alunos ressaltou-se correr riscos calculados da dimensão planejamento, que apresentou as menores médias nos dois campus pesquisados 16,5 em FW e 16,7 em PM. E a característica Persuasão e Redes de Contato com 16,9 em FW e 17 em PM pontos de média, da dimensão Poder, ficou como a segunda menor média.

Correr riscos calculados está vinculado à habilidade que o indivíduo tem de analisar e calcular riscos de maneira cautelosa, pondo-se em circunstâncias com riscos moderados, porém com uma prévia observação crítica a respeito das reais possibilidades de sucesso e fracasso. No que tange a característica persuasão e redes de contato, seu aperfeiçoamento está atrelado a uma habilidade satisfatória em influenciar e persuadir pessoas com intuito de utilizá-las para o alcance de objetivos. Com a análise das médias pode-se perceber que ambas as características demandam um maior empenho na busca do desenvolvimento por parte dos alunos.

Busca de Oportunidades e Iniciativa obteve intensidade baixa em ambos os campi com uma média de “17,9” para FW e “18,4” para PM. Essa característica diz respeito a indivíduos que se antecipam as demandas, agem com intuito de expansão dos negócios e aproveitam as oportunidades para iniciar um novo empreendimento.

Persistência mostrou média baixa nos campi estudados “16,8” em FW e “17,5” em PM, o que significa que os alunos não agem com responsabilidade diante de um obstáculo, e têm dificuldade de se comprometerem para atingir metas e objetivos através de esforço pessoal. Já, Exigência de qualidade e Eficiência com médias baixas em ambos os campi “18” FW e “18,3” em PM, é uma

característica inerente a indivíduos que realizam ações que assegurem padrões de qualidade no trabalho que está sendo desenvolvido, preocupando-se com tempo, a produtividade e a excelência.

Busca de informações apresentou médias baixas tanto em FW “18,3” quanto em PM “18,9”, diz respeito a busca constante de métodos inovadores e conhecimentos que visem aprimorar um serviço. Enquanto, Planejamento e Monitoramento apontou médias baixas de “17” em FW e 17,5 em PM, esta característica está atrelada a revisão constante de planos ponderando resultados obtidos e as mudanças constantes, está relacionada também a utilização de registros financeiros para a tomada de decisões.

Independência e autoconfiança apresentou nível baixo em ambos os campi, “17,7” em FW e uma média um pouco maior em PM “18,5”. Esse atributo representa a busca de autonomia correspondente às normas e controle exercidos por terceiros, na qual o sujeito estabelece e defende seu ponto de vista a partir da expressão de sua autoconfiança.

De modo geral observa-se que os discentes de ambos campus apresentam as CCE's, no entanto, as mesmas se mostram mais fortes no campus de PM. Tal resultado pode ter relação com os cursos ofertados neste, tendo em vista que apresenta o curso de Administração. Apesar do empreendedorismo, conforme Clark (2006), fundamentar-se numa cultura empreendedora permeando por toda universidade, para Brants et al. (2015) discentes e docentes do curso de Administração possuem um perfil mais empreendedor do que os discentes e docentes de outros cursos.

5. CONCLUSÃO

No presente estudo objetivou-se analisar as CCE's dos alunos de graduação de campus distintos, mapeando e comparando-as. Tal objetivo foi alcançado. Verificou-se as CCE's de cada curso e ao final comparou-as.

A contribuição do estudo está na conclusão de que os alunos pesquisados, no geral, apresentam as dez CCE's, e que as mesmas são mais fortes em PM do que em FW. Este estudo apresenta alguns limitantes, como a aplicação de um instrumento, com corte transversal.

Dessa forma, recomenda-se para futuras pesquisas a complementação com a adoção de uma metodologia qualitativa, contemplando entrevistas, para que ocorra um maior entendimento quanto comportamento empreendedor. Além disso, sugere-se a replicação da pesquisa nos demais campus da UFSM, de modo periódico, realizando um acompanhamento longitudinal das CCE's nos alunos de graduação.

REFERÊNCIAS

BALCONI, S. B. **A influência das atividades de educação empreendedora sobre as características empreendedoras dos alunos de graduação da UFSM**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas). UFSM, Santa Maria, 2016.

BRONOSKI, M. **A intenção empreendedora no ambiente universitário: o caso unicentro**. Revista Capital Científico. Guarapuava/PR. v. 6, n. 1, p. 223-238, jan./dez., 2008.

BERNARDES, M. A.; RIBEIRO, P. E. O papel da universidade no desenvolvimento do comportamento empreendedor em regiões carentes. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**. v. 5, n. 2, p. 978-993, jul./dez., 2014.

BRANTS, J. B.; OLIVEIRA, C. M.; CASEMIRO, I. P. LICÓRIO, A. M. O.; REBOLI, R. C. Empreendedorismo acadêmico no curso de Administração da UNIR. Pretexto, v. 16, n. 2, 2015.

BUSENITZ, L. W.; PLUMMER, L. A.; KLOTZ, A. C.; SHAHZAD, A.; RHOADS, K. Entrepreneurship research (1985–2009) and the emergence of opportunities. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 38(5), 981– 1000, 2014.

CHING, H. Y.; KITAHARA, J. R. Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. **Revista de Ciências da Administração**. v. 17, n. 43, p. 99-111, dezembro, 2015.

CLARK, B. Pursuing the entrepreneurial University. In: AUDY, J. L. N.; MOROSINI, M. C. (Org). **Inovação e Empreendedorismo na Universidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

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

ELMUTI, D.; KHOURY, G.; OMRAN, O. Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and venture's effectiveness? **Journal of Entrepreneurship Education**, 15(1) 83-98, 2012.

EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY DIRECTORATE-GENERAL. **Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies**: final report of the expert group. European Commission, 2008.

FAYOLLE, A.; GAILLY, B. T.; LASSAS-CLERC, N. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. **Journal of European Industrial Training**. v. 30 p. 701-720. 2006.

FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*. São Paulo v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun., 1999.

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.

GEDEON, S. A. Application of best practices in university entrepreneurship education. **European Journal of Training and Development**, 38(3): 231-253, 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOODWIN, A. L. **Perspectives on High Performing Education System in Finland, Hong Kong, China, South Korea and Singapore**: what lessons for the U.S.? In: LEE, S. K. et al. (Eds.). *Educational Policy Innovations: levelling up and sustaining educational achievement*. Springer Educational Innovation Book Series 1, Cap. 11, p. 185-199, 2014.

IIZUKA, E. S.; MORAES, G. H. S. M. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de administração e o ambiente universitário: Reflexões para instituições de ensino. **Revista de administração: ensino e pesquisa**. Rio de Janeiro, v. 15 n. 3, p.593-630. jul./ago./set., 2014.

KRÜGER, C. **Educação Empreendedora: Características e Atitudes de Discentes e Docentes**. Dissertação (Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Administração). UFSM, Santa Maria, 2016.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. **Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo**. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, art. 1, p. 419-439, jul./ago. 2015.

LOPES, C. L. J. Educação Empreendedora: Um estudo do projeto de empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do curso técnico em informática. **Revista de Empreendedorismo, inovação e tecnologia**, 1(1)39-44, 2014.

LOPES, R. M. A. **Educação Empreendedora**: conceito, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LORENTZ, M. H. N. **O Comportamento Empreendedor de Diretores da UFSM e sua percepção quanto à Universidade Empreendedora**. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Organizações Públicas do Programa de Pós-Graduação em Administração, 2015.

MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL (MSI). **Final Report: entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**, 1990.

MANSFIELD, R. S.; MCCLELLAND, D. C.; SPENCER, J. L. M.; SANTIAGO, J. The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries. **Final report**. McBer and Compay. Massachusetts, 1987.

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.

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

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of successful entrepreneurs. **The journal of creative behavior**. v. 21, n. 3, 1987.

MENDES, M. T. T. **Educação Empreendedora: uma visão holística do empreendedorismo na educação**. Dissertação de Mestrado em Ciências da Educação - Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Educação e Psicologia. Lisboa, 2011.

MINAYO, M. C. S.; SANCHES, O. Qualitativo quantitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde pública**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, jul./set., 1993

MINELLO, I. F. **Resiliência e Insucesso Empresarial: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios**. Curitiba: Appris, 2014.

NECK, H. M.; GEENE, P. G. **Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers**. Journal of Small Business Management, v. 49, 2011.

PEROVANO, D. G. **Manual de metodologia científica para a segurança pública e defesa social**. Editora Juruá, Curitiba, 2014.

PIPEROPOULOS, P.; DIMOV, D. Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 4, 2015.

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.

RIBAS, R. **O saber empreendedor: diretrizes curriculares para elaboração de programas para formação de empreendedores com base na Escola Progressiva de John Dewey – reflexão e proposta**. São Paulo – 2011. 172 f. Tese para obtenção de título de Doutor em Educação na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). 2011.

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

ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. **Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor**. RAC, Rio de Janeiro, v.18, n. 4, art. 5, p. 465-486, Jul./Ago. 2014.

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

SANTOS, A. C.; PAIXÃO, M. R. Estudo do perfil empreendedor do aluno de graduação em Administração egresso de instituições de ensino da região de Jundiaí. **Revista de Tecnologia Aplicada (RTA)**, v. 2, n. 1, p. 12-27, jan/abr. 2013. ISSN: 2237-3713.

SHANE, S. (2004), *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation*. Edward Elgar, Cheltenham

SHINNAR, R.; PRUETT, M. e TONEY, B. (2009), «Entrepreneurship education: attitudes across campus». *Journal of Education for Business*, vol. 84(3), pp. 151-159.

SINGER, S.; AMORÓS, J. E.; ARREOLA, D. M. *Global Entrepreneurship Monitor - 2014* Disponível em: <Global Report. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3616>>. Acesso 10 mar. 2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

TSCHÁ, E. R.; CRUZ NETO, G.G. **Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas, e carreiras: o caso das células empreendedoras**. In: BECKER, A. R. *Educação Empreendedora: a formação de futuros líderes*. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) *Educação para o empreendedorismo*. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

VIEIRA, S.; RIBEIRO, P.; MELATTI, G. O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração: Um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. São Paulo, 2010. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 4, n. 1, p. 288-301, mai./ago., 2011.

VIERIA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; NEGREIROS, L. F.; FERRI, C. M. A visão dos estudantes universitários de administração sobre empreendedorismo: comparações entre o estudo guess Brasil 2011 com o levantamento realizado na universidade estadual de Londrina-PR. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 77-103, 2014.

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**, v. 8, n. 3, 2014.

Autores

Cristiane Krüger

Doutoranda em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Administração, Especialista em Gestão Pública e em Contabilidade, Perícia e Auditoria. Bacharel em Ciências Contábeis pela URCAMP e Graduada no Programa Especial de Formação de Professores para Educação Profissional - PEG. Contadora CRCRS 091244/O. Atualmente é professora substituta do Curso de Graduação em Ciências Contábeis da UFSM. Áreas de interesses são Empreendedorismo e Contabilidade. Email para contato: cris.kruger@hotmail.com.

Italo Fernando Minello

Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Santa Maria ? UFSM (1988), especialista em Recursos Humanos pela Fundação para o Desenvolvimento de Recursos Humanos FDRH (1990) e em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing ESPM (1991), mestrado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina UFSC (1998) e doutorado em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo FEA-USP (2010). Atualmente é professor adjunto do Departamento de Ciências Administrativas da UFSM, Professor do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em administração da UFSM, coordenador do grupo de pesquisa Gestão Empreendedora e Comportamento Humano nas Organizações GPECOM, e membro do Academy of Entrepreneurship Membership. Autor do Livro *Resiliência e Insucesso Empresarial - o comportamento empreendedor diante do fracasso nos negócios*, publicado pela editora Appris, 2014. Email para contato: minelloif@gmail.com.

Jéssica da Silva Maciel

Atualmente é graduanda do curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria. Desenvolve atividades como bolsista no grupo de pesquisa GPECOM, que pesquisa sobre Educação e Atitude Empreendedora com alunos da Universidade Federal de Santa Maria. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas.

Silvana Bortoluzzi Balconi

Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Franciscana (2008). Pós-graduada em Gestão de Pessoas e Marketing pela Universidade Franciscana (2011). Mestre em Gestão de Organizações Públicas pela UFSM (2016). Experiência profissional em empresas do setor privado, em Santa Maria, no período de 2005 a 2012, em diversos setores, entre eles, bancários e agência de turismo. Ingresso no setor público em 2012, no cargo de administradora, na UFSM campus de Palmeira das Missões/RS. Atualmente está na UFSM/CCNE. Tutora a distância no curso de graduação em administração pública na Universidade Aberta do Brasil (UAB/UFSM) no período de 2013 a 2016. Pesquisadora no grupo de pesquisa GPECOM, da UFSM, orientado pelo professor Dr. Ítalo F. Minello. Atuação como assistente de coordenação do Enem em 2013 e 2014, e como coordenadora de local em 2015 e 2016.