



Revista de Administração da
Universidade Federal de Santa Maria
E-ISSN: 1983-4659
rea@smail.ufsm.br
Universidade Federal de Santa Maria
Brasil

Minello, Italo Fernando; Escobar Bürger, Rafaela; Krüger, Cristiane
CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO COM
ACADÊMICOS DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA UNIVERSIDADE BRASILEIRA
Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, vol. 10, agosto, 2017,
pp. 72-91
Universidade Federal de Santa Maria
Santa Maria, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273452299006>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

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

ENTREPRENEURIAL BEHAVIORAL CHARACTERISTICS: A STUDY WITH ACADEMICS OF ADMINISTRATION OF A BRAZILIAN UNIVERSITY

Data de submissão: 26/11/2016

Aceite: 30/06/2017

Italo Fernando Minello¹

Rafaela Escobar Bürger²

Cristiane Krüger³

RESUMO

Com a finalidade de explorar o panorama de empreendedorismo acadêmico, propôs-se a realização deste estudo, que objetiva analisar as características comportamentais empreendedoras (CCE's) em alunos do curso de graduação em administração de uma instituição de ensino superior. Para isso, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: traçar o perfil dos acadêmicos de administração da instituição estudada; mapear as características comportamentais empreendedoras dos referidos acadêmicos; e propor ações para aprimorar tais características. A pesquisa realizada, com abordagem metodológica quantitativa e descritiva, obteve uma amostra de 374 alunos respondentes do questionário de CCE'S de McClelland, permitindo identificar carências nas características "persistência", "correr riscos calculados", "estabelecimento de metas" e "persuasão e redes de contato". Assim, sugere-se que os órgãos gestores da referida universidade incentivem a criação de programas e projetos que estimulem o desenvolvimento do comportamento empreendedor dos seus alunos, tendo em vista a relevância do papel do empreendedor na sociedade.

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

1 Possui graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestrado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina e doutorado em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP). Atualmente é professor do Departamento de Ciências Administrativas da UFSM e do Programa de Pós-Graduação em administração da UFSM. Santa Maria. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: minelloif@gmail.com

2 Possui Graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestrado em andamento em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: rafaelaeb@hotmail.com

3 Possui Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade da Região da Campanha, URCAMP. Mestrado em Administração pela UFSM. Atualmente é doutoranda em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: cris.kruger@hotmail.com

ABSTRACT

With the purpose of exploring the panorama of academic entrepreneurship, it was proposed to carry out this study, which aims to analyze the entrepreneurial behavioral characteristics (CCE's) in undergraduate students in the administration of a higher education institution. For this, the following specific objectives were established: to outline the profile of the management students of the studied institution; Mapping the entrepreneurial behavioral characteristics of these academics; And propose actions to improve these characteristics. The research, with a quantitative and descriptive methodological approach, obtained a sample of 374 students responding to the McClelland CCE'S questionnaire, allowing the identification of deficiencies in the characteristics "persistence", "taking calculated risks", "goal setting" and "persuasion and networks Of contact". Thus, it is suggested that the governing bodies of this university encourage the creation of programs and projects that stimulate the development of the entrepreneurial behavior of its students, in view of the relevance of the entrepreneur's role in society.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial Behavioural Characteristics; Management.

1 INTRODUÇÃO

As condições socioeconômicas do mundo contemporâneo requerem a atuação de indivíduos inovadores, que se apresentem como agentes de mudança, destacando fatores positivos das situações em que se encontram. Especificamente na esfera dos negócios, esses indivíduos são relevantes ativos intelectuais que podem contribuir para o desenvolvimento das organizações, devendo, para isso, estarem preparados para lidar com as adversidades do mundo dos negócios, o que implica buscar oportunidades, correr riscos calculados e estabelecer metas. Tais comportamentos representam algumas das características do perfil empreendedor, e o desenvolvimento dessas características nos gestores pode contribuir para a criação e gestão das organizações.

Os índices de desemprego brasileiro demonstrados no Relatório de Inflação (2015) encontram-se em patamares nunca vistos. Segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2015, 81 mil empregos formais foram eliminados, e o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), recuou 0,2% no primeiro trimestre desse ano em relação ao quarto trimestre de 2014. Ferreira e Callado (2015), por sua vez, afirmam que o Brasil está, desde 2008, em um processo de retração econômica. Tais indicadores evidenciam a necessidade latente de incentivar novos empreendedores para que estes impactem o desenvolvimento da economia, gerando novas ideias e transformando-as em empreendimentos lucrativos (RAUFFLET; BRES; FILION, 2014).

A dependência cada vez maior da capacidade de ativos intelectuais para gerar ideias que visem ao desenvolvimento econômico e social (QUANDT et al., 2014) traz à tona a discussão sobre o papel dos empreendedores nesse contexto. Isso se explica pois tais atores se caracterizam como detentores de habilidades capazes de impulsionar o processo de desenvolvimento econômico e social (LIMA et al., 2015b).

Visto que atributos do comportamento empreendedor podem ser aperfeiçoados (POLITIS, 2005; HOLCOMB et al., 2009; DOLABELA; FILION, 2013; ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014), é preciso lembrar que as universidades são as principais influenciadoras nesse processo de desenvolvimento de indivíduos empreendedores. Nesse sentido, Bernardes e Ribeiro (2014) sugerem que as universidades sejam facilitadoras da mudança de comportamento dos indivíduos, a partir da utilização de métodos pedagógicos específicos. Para isso, os cursos de graduação necessitam estar em sintonia com as demandas da sociedade, assim como com a geração de conhecimentos na área de empreendedorismo, por meio de práticas didáticas que estimulem o desenvolvimento

do comportamento empreendedor (BALCONI, 2016). Dessa forma, os métodos utilizados devem abordar práticas contemporâneas e convencionais de forma equilibrada e condizente com o contexto empreendedor (VIEIRA; ROCHA 2015).

Com base nesse raciocínio, a Comissão Europeia (2007) reforça a relevância de programas de formação empreendedora, citando o caso de países como Espanha, Irlanda, Chipre, Polônia e Reino Unido, que contemplam o empreendedorismo nos currículos de ensino básico. Somado a isso, destaca-se que a referida Comissão, em 2012, estabeleceu diretrizes estratégicas para o avanço do perfil empreendedor mediante a educação como uma das principais ações para a promoção da atividade empreendedora nos países em questão (COMISSÃO EUROPEIA, 2012).

Corroborando esse raciocínio, dados quantitativos motivam o desenvolvimento do empreendedorismo, especialmente nas instituições de ensino superior. De acordo com o Ministério da Integração Nacional (2013), as universidades podem ser um importante vetor para o desenvolvimento regional, pois, além de capacitar pessoas e atrair pesquisadores, geram demandas que podem ajudar a movimentar a economia de uma região. Um estudo realizado por Cruz et al. (2008) mostrou que, a cada 1% de acréscimo nos investimentos em educação, os índices de produtividade e de renda per capita, na região em que se inserem, aumentam 0,47% e 0,27%, respectivamente. Isso evidencia a necessidade de mobilização de instrumentos, sobretudo de políticas públicas, voltadas para a disseminação de conhecimentos a respeito do empreendedorismo, podendo as universidades atuarem na transmissão desses saberes (GOMES et al., 2014).

Para Garcia (2012), um dos principais instrumentos que contribuem para o desenvolvimento econômico e tecnológico dos países são os empreendedores acadêmicos, ou seja, empreendedores que ainda estão inseridos em instituições de ensino superior. Isso ocorre devido à possibilidade de esses alunos criarem organizações estruturadas a partir de conhecimentos científicos e tecnológicos. Ainda segundo o mesmo autor, os empreendedores acadêmicos apresentam maior capacidade, se comparados a empreendedores não acadêmicos, para a concepção de novas organizações, em função de que, muitas vezes, os negócios gerados por eles são frutos de resultados de pesquisas acadêmicas aprofundadas cientificamente (GARCIA, 2012). Desse modo, tais empresas possuem maiores chances de estabelecer atividades inovadoras, contribuindo, assim, para efeitos ou resultados positivos para a sociedade.

Nesse cenário, inserem-se os futuros administradores, hoje acadêmicos do curso de administração. Esses alunos atuarão em atividades empresárias que demandam certas habilidades, as quais podem ser aprimoradas com o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor. Segundo Minello (2010), é a partir do nível de habilidades que os alunos apresentam maior propensão de desenvolver características empreendedoras, podendo estas ser moldadas e estimuladas.

Para que o desenvolvimento de características empreendedoras se torne contínuo e habitual, as universidades precisam estar comprometidas e engajadas. Além disso, vale salientar que a figura do administrador, independentemente da área de atuação, exerce uma ampla variedade de papéis a fim de conduzir a organização ao alcance dos seus objetivos.

Diante do exposto, o presente estudo visa analisar as características comportamentais empreendedoras (CEE's) mais evidentes em acadêmicos de administração dos alunos de graduação de uma Instituição Federal de Ensino Superior (IFES) brasileira. Em termos específicos, almeja-se: i) traçar o perfil dos acadêmicos de administração da IFES; ii) mapear as características comportamentais empreendedoras dos referidos acadêmicos; e iii) propor ações para aprimorar as características empreendedoras desses alunos.

Ressalta-se que o presente trabalho é um recorte do projeto intitulado “Educação e Atitude Empreendedoras”, que está em andamento na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

e tem como objetivo desenvolver e estimular a atitude empreendedora por meio da educação empreendedora em técnicos, professores e acadêmicos da referida instituição.

Em termos de contribuição prática, este estudo é importante pois permitirá identificar as características empreendedoras dos alunos de administração e analisar em que medida elas são ou podem ser aproveitadas, levando em consideração a relevância do desenvolvimento do comportamento empreendedor na economia e na sociedade. Além disso, poderá auxiliar no desenvolvimento de novas práticas sobre o ensino do empreendedorismo, identificando pontos fortes e fracos, bem como sugestões de melhorias para a adoção de medidas que incentivem o comportamento empreendedor de alunos de graduação.

2 CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

Sabe-se que o empreendedorismo é identificado como um fenômeno propulsor do desenvolvimento econômico, visto que está positivamente relacionado à criação de novas empresas e à geração de empregos (MONTEIRO, 2014). O empreendedor, nesse sentido, é caracterizado como um agente de mudança inovador que, por meio de características especiais e habilidades específicas, desempenha determinada atividade empreendedora (SCHUMPETER, 1985). Minello (2014, p. 79) parece corroborar essa ideia, ao afirmar que o empreendedor é aquele “que desenvolve algo inovador, tem iniciativa, capacidade de organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático e aceita o risco ou o fracasso de suas ações”.

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

Para McClelland (1961), o indivíduo empreendedor possui três conjuntos de necessidades motivadoras – realização, afiliação/planejamento e poder –, que independem de gênero, idade ou cultura. A necessidade de realização é identificada como a primeira necessidade empreendedora e evidencia a aceitação do indivíduo ante suas habilidades (BARTEL, 2010). Já a afiliação demonstra a necessidade de estabelecer ou manter relações emocionais com as pessoas, resultando da capacidade de planejamento para soluções de dificuldades a partir de tais relações (MCCLELLAND, 1961). A necessidade de poder, por sua vez, refere-se à preocupação do indivíduo em exercer poder sobre os outros.

Nessa perspectiva, Engelman e Fracasso (2011) salientam que considerar as características empreendedoras – busca de oportunidades e proatividade, tolerância ao risco, persistência, exigência de qualidade, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento, persuasão, independência (MCCLELLAND, 1972) e outras habilidades e características individuais – pode contribuir para o desenvolvimento econômico e social, razão pela qual tais características ganham relevância, devendo ser desenvolvidas (RAUPP; BEUREN, 2011).

A partir disso, o autor identifica uma série de CCE's, conforme explicita o Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 - Características empreendedoras e comportamento empreendedor

Categoria	Características	Comportamentos
Realização	Busca de oportunidades e iniciativa	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes de forçado pelas circunstâncias; age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; e aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio e obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
	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.
Categoria	Características	Comportamentos
Planejamento	Busca de informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; 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.
Categoria	Características	Comportamentos
Poder	Persuasão e redes de contato	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; 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.

Fonte: adaptado de MSI (1990, p. 80-81).

Tais características podem ajudar os indivíduos a enfrentar os desafios de empreender (MCCLELLAND, 1987), assim como sua inexistência pode inviabilizar a formação de um negócio. Nesse sentido, ressalta-se que o ensino do empreendedorismo pode auxiliar a aprimorar tais características e habilidades de gestão, promovendo a aprendizagem empreendedora (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014; LEIVA; ALEGRE; MONGE, 2014) e diminuindo os casos de insucessos empresariais, situação essa ratificada por Mizumoto et al. (2010), quando coloca que uma das principais razões para o insucesso empresarial é a falta de práticas de gestão, particularmente de planejamento e busca de informações.

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

Diante disso, ao identificar as características empreendedoras, despertam-se os alunos para ações que levam a comportamentos e atitudes empreendedoras. Santos (2013) amplia essa perspectiva ao afirmar que desenvolver metodologias que auxiliem indivíduos na identificação de características empreendedoras cria condições iniciais para intervenções que promovem o desenvolvimento do potencial empreendedor. Tal fato, por sua vez, pode estimular a criação de novos negócios.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com base no objetivo definido para este artigo – analisar as CCE's mais evidentes em acadêmicos de administração dos alunos de graduação de uma universidade brasileira – esta pesquisa teórico-empírica apresenta enfoque quantitativo, do tipo descritivo. Tal enfoque, para Ramos (2013), é utilizado quando se busca descrever e/ou comparar características de grupos sociais, realidades, contextos ou instituições e estabelecer relações causais, caso deste estudo.

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

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

Onde:

e corresponde ao erro amostral;

N corresponde ao tamanho da população;

n corresponde à amostra mínima

$\alpha = 0,05$ corresponde ao nível de significância

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

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

Conforme a equação exposta e considerando 95% de nível de confiança e 5% de erro amostral, a amostra mínima corresponde a 262 alunos. A população-alvo da pesquisa corresponde aos alunos de dois cursos de administração da UFSM (Campus Palmeira das Missões e Campus Santa Maria). Tendo em vista que a amostra de discentes deve representar a população dos dois cursos, a amostra final contempla, para fins de coleta de dados, um estrato de cada curso (Tabela 1).

Tabela 1 – População e amostra de discentes

DISCENTES	POPULAÇÃO	AMOSTRA	PERCENTUAL (%)
Campus PM	344	219	50,78
Campus SM	466	155	49,22
Total	810	374	100,00

Fonte: dados da pesquisa.

O percentual apresentado na Tabela 1 corresponde à equivalência na participação de cada curso de administração na amostra mínima da pesquisa. O total coletado a partir de uma amostra não probabilística consistiu em 374 instrumentos, sendo 219 do campus de Palmeira das Missões e 155 do campus de Santa Maria, ambos pertencentes à UFSM, universidade em que a pesquisa foi realizada. Nesse sentido, a amostra mínima foi superada por uma diferença de 112 instrumentos. Estes foram coletados entre os meses de março e maio de 2015, tendo sido entregues pessoalmente nas salas de aula, seguindo um cronograma prévio com a descrição dos horários e das salas de aulas de cada turma.

Ressalta-se que, para esta pesquisa, não foi considerada a diferença de localização dos dois cursos pesquisados. Desse modo, a análise refere-se a alunos de administração da UFSM, não distinguindo o campus desses alunos.

Para a coleta de dados, utilizou-se um questionário formado por um conjunto de 61 questões, sendo dividido em duas partes. A primeira parte possui seis questões acerca do perfil do pesquisado, incluindo aspectos referentes à idade, ao gênero, ao estado civil, à renda e ao semestre. A segunda parte é baseada nas dez CCE's de McClelland (MANSFIELD, 1987), composta de 55 afirmações. Cada uma delas foi respondida de acordo com uma escala Likert de 5 pontos, conforme a seguinte gradação: 1 = nunca, 2 = raras vezes, 3 = algumas vezes, 4 = usualmente e 5 = sempre.

As CCE's dividem-se em dez características, e cada uma delas é identificada por cinco questões do questionário, conforme exposto no Quadro 2.

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

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

* Questões negativas.

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

No Quadro 2, o (*) corresponde às questões negativas, em que a pontuação deve ser subtraída do resultado final da respectiva característica e deve-se acrescentar seis pontos ao final do somatório. As questões de número 11, 22, 33, 44 e 55 correspondem ao "Fator de Correção", utilizado para evitar que, muitas vezes de modo inconsciente, o respondente apresente uma autoimagem excessivamente favorável. O Fator de Correção é utilizado se o somatório da pontuação dessas questões for igual ou superior a 20 pontos. Se isso ocorrer, todas as CCE's deverão ser corrigidas com a subtração dos pontos correspondentes, conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3 – Fator de correção para o questionário das CCE's de McClelland

Se o total de pontos do Fator de Correção for...	...diminuir o número abaixo da pontuação de cada uma das CCE's
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 23	3
19 ou menos	0

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

A pontuação final, após a aplicação do Fator de Correção, identifica a intensidade de cada uma das dez características empreendedoras. A pontuação máxima é de 25 pontos para cada uma das características. Quando o total for superior a 50% da pontuação, o indivíduo possui a respectiva característica e é considerado empreendedor (MANSFIELD et al., 1987).

No entanto, para o presente estudo optou-se por adotar uma estratificação para analisar a intensidade das CCE's nos alunos participantes, com o objetivo de melhor compreender as características dos alunos de administração. Desse modo, desenvolveu-se uma estratificação, dividindo-se a pontuação total em quatro partes. Essa escala transforma em percentual os limites obtidos, classificando-os em níveis em uma escala de razão de zero a 100%. Esses níveis são: Característica Inexistente, Muito Baixo, Baixo, Alto e Muito Alto. Para melhor visualização dos dados com essa estratificação, utilizou-se uma escala complementar de cores. Logo, para o instrumento das CCE's (MANSFIELD et al., 1987), a estratificação ocorre da seguinte forma: Característica Inexistente de 0 a 50% (preto), Muito Baixo de 50,01% a 62,50% (vermelho), Baixo de 62,51% a 75% (laranja), Alto de 75,01% a 87,50% (amarelo), e Muito Alto de 87,51 a 100% (verde), o que pode ser verificado na Figura 1.



Fonte: elaborada pelos autores.

Para a análise, os dados foram tabulados com a utilização do *Microsoft Office Excel®* e, posteriormente, analisados pelo programa *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* v. 24. Os métodos utilizados para análise estatística contemplaram, inicialmente, a estatística descritiva com a identificação das médias, do desvio-padrão e dos mínimos e máximos, calculados por construto e característica. Após, foi testada a normalidade dos dados por meio do teste Kolmogorov-Smirnov, uma vez que a amostra da pesquisa obteve "n" maior do que 30. O referido teste de normalidade identificou dados não normais, o que indicaria o uso de testes paramétricos. Porém, para Leech, Barret e Morgan (2005), as variáveis em que a medida Skewness constar entre -1> e <1 estão aptas para testes paramétricos, visto que ocorre uma normalidade aproximada dos dados. Nesse sentido, após o teste de normalidade, estipulou-se testes paramétricos para os dados. Com o objetivo de testar a confiabilidade dos dados, foi calculado o Alfa de Cronbach. Em seguida, para verificar a adequação da amostra, foi utilizada a medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Também foram realizados o teste de esfericidade de Bartlett e a análise fatorial por característica e por construto.

Para verificar a dimensionalidade de cada construto dos instrumentos e para determinar a quantidade de fatores extraídos, foi utilizada a análise fatorial exploratória com o método *eigenvalue*, o qual indica que os fatores devem ter um autovalor maior que 1. Por fim, realizaram-se a correlação de Pearson e o teste de comparação de médias. Com a finalidade de estabelecer a relação entre as características empreendedoras, foi utilizado o coeficiente de correlação de Pearson.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Características da amostra

Participaram da pesquisa 374 alunos de graduação em Administração da UFSM, cujo perfil é apresentado, a seguir, no Quadro 4.

Quadro 4 – Características da amostra

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

Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme o quadro exposto, no que se refere ao perfil sociodemográfico dos participantes, a amostra foi composta de 61% de alunos do sexo feminino e 39% do sexo masculino, os quais se encontram na faixa etária de 22 a 27 anos (45%) e até 21 anos (38%). Com relação ao estado civil, 84,8% são solteiros. Quando questionados sobre a existência de negócios na família, 51% dos respondentes responderam positivamente, enquanto que 43% responderam negativamente.

4.2 Resultados e análises

Inicialmente, apresenta-se a estatística descritiva (Quadro 5) composta pelo cálculo das médias, desvio-padrão e pontuações mínimas e máximas de cada CEE (MSI, 1990). Salienta-se que o limite máximo para cada CCE é 25 pontos.

Quadro 5 – Estatística descritiva

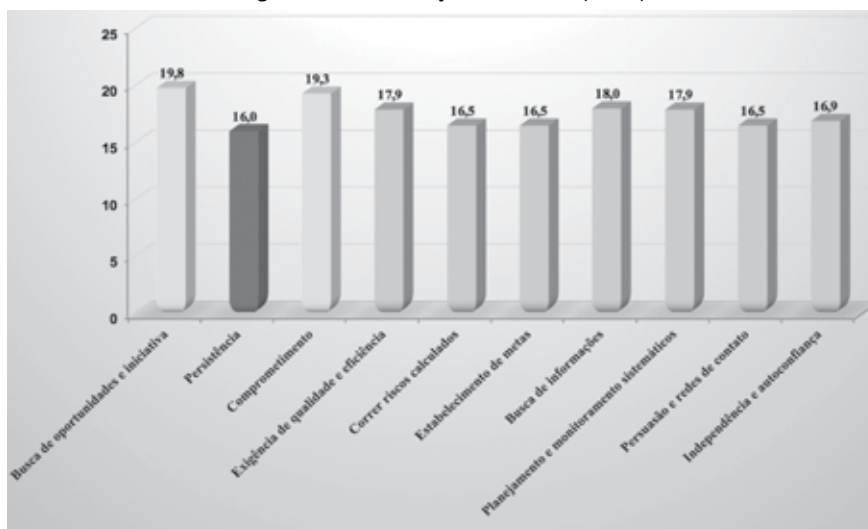
CARACTERÍSTICAS	MÍNIMO	MÁXIMO	DESVIO PADRÃO
Busca de oportunidades	12	25	2,576
Persistência	9	23	2,562
Comprometimento	9	25	2,642
Exigência de qualidade e eficiência	8	24	3,086
Correr riscos calculados	8	25	3,012
Estabelecimento de metas	7	25	2,927
Busca de informações	9	25	2,982
Planejamento e monitoramento sistemáticos	10	24	2,610
Persuasão e redes de contato	7	25	2,669
Independência e autoconfiança	9	24	2,762

Fonte: elaborado pelos autores.

A partir dos resultados apontados, destacam-se as características “Estabelecimento de metas” (7) e “Persuasão e redes de contato” (7), que apresentaram o menor valor mínimo diante das outras características. Esse resultado pode indicar que os alunos investigados concedem me-

nor importância para a definição de metas de longo prazo e para o estabelecimento de objetivos mensuráveis de curto prazo; e que não estão inclinados a influenciar ou persuadir as pessoas. Com base na análise estratificada proposta, ambas as CCE's apresentam médias (Figura 2) caracterizadas com a coloração laranja, ou seja, em nível considerado baixo.

Figura 2 – Estratificação das média (CCE's)



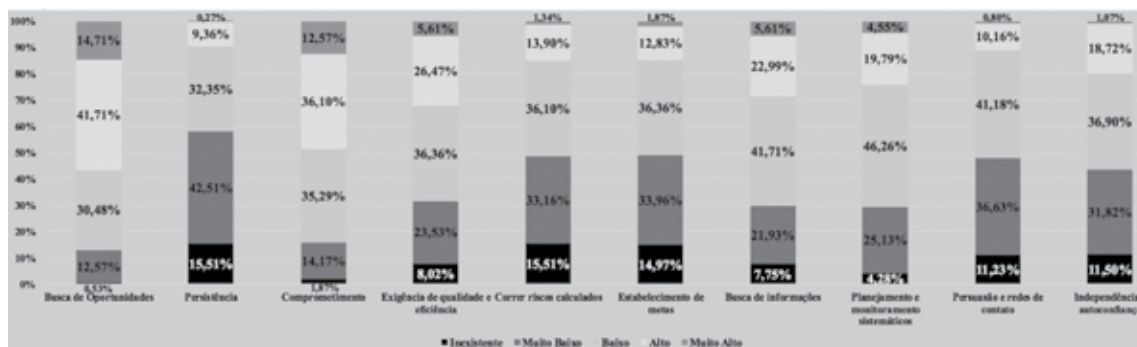
Fonte: elaborada pelos autores.

A partir da Figura 2, verifica-se que a característica “Busca de oportunidades e iniciativa” (19,8) obteve a maior média. Segundo McClelland (MSI, 1990), essa característica envolve certas atitudes do empreendedor, como fazer as coisas antes do solicitado, atuar para expandir seu conhecimento e aproveitar oportunidades fora do comum para iniciar um projeto inovador (SEBRAE, 2011). Já a característica que obteve a segunda maior média foi “Comprometimento” (19,3). De acordo com McClelland (MSI, 1990), tal característica implica fazer um sacrifício pessoal ou despendar um esforço extraordinário para completar uma tarefa, bem como colaborar com o próximo ou se colocar no lugar dele, se necessário, para terminar um trabalho (SEBRAE, 2011). Nesse sentido, os alunos que evidenciaram essa característica indicam assumir responsabilidades e exercer suas atividades com dedicação.

Por outro lado, a característica “Persistência” (16) obteve a menor média. Ser persistente, segundo McClelland (MSI, 1990), significa agir diante de um obstáculo significativo; agir repetidamente ou mudar de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e assumir responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivo (SEBRAE, 2011). Nesse sentido, isso pode sugerir que os estudantes de administração não agem com o objetivo de superar um obstáculo significativo, o que demonstra ser um fator preocupante, visto que, o mundo dos negócios, ambiente em que irão se inserir os futuros administradores, é caracterizado como hostil e repleto de desafios tanto organizacionais quanto pessoais.

Com o objetivo de melhor compreender o nível de cada característica empreendedora, apresenta-se, na Figura 3, a escala de intensidade, na qual demonstra-se proporcionalmente o percentual das CCE's dos respondentes.

Figura 3 - Intensidade das CCE's dos alunos de administração



Fonte: elaborada pelos autores.

Quanto à inexistência de características, identificada pela cor preta, ressaltam-se “Persistência” e “Correr riscos calculados” (ambas com 15,51%). Isso pode sinalizar uma menor disposição dos alunos investigados para assumir desafios e avaliar as alternativas, a fim de reduzir os riscos e controlar os resultados para tomada de decisão; bem como de agir diante de um obstáculo significativo, de modo a enfrentar desafios ou superar obstáculos. Ser persistente, segundo Schmidt e Dreher (2008), corresponde ao enfrentamento de desafios e à não desistência diante de obstáculos. Nesse sentido, a persistência pode ser considerada a sinergia que leva o indivíduo a agir de diferentes formas, saindo da zona de conforto com o objetivo de atingir sua meta.

Em relação à intensidade muito baixa de características, identificada pela cor vermelha, apontam-se “Persistência” (42,51%) e “Persuasão e redes de contato” (36,63%). Esses resultados permitem inferir que o comportamento dos alunos investigados não está inclinado a influenciar ou persuadir e também que há falta de persistência ao buscar atingir determinado objetivo.

Destaca-se, ainda, a característica empreendedora “Busca de oportunidades e iniciativa” como a predominante nos alunos, tanto no nível alto (41,71%) quanto no nível muito alto (14,71%). Tal característica indica que o comportamento dos alunos investigados está voltado à busca de objetivos desafiadores em médio e longo prazos, visando à satisfação e ao desenvolvimento pessoal (MCCLELLAND, 1987).

A partir da estratificação de cada característica apresentada nas Figuras 2 e 3, infere-se que a maioria das características comportamentais empreendedoras dos alunos de administração se apresenta em nível muito baixo e baixo.

Como passo seguinte de análise, foi realizado o teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov, indicado para amostras grandes ($n \geq 30$) (BELFIORE, 2015). Os resultados desse teste são apresentados no Quadro 3, exposto a seguir.

Quadro 3 - Teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov^{ab}

Inst	Dimensões/Características	Estatística	gl	Sig.	Skewness
CCE's	Busca de oportunidades e iniciativa	,104	374	,000	-0,194
	Persistência	,106	374	,000	-0,069
	Comprometimento	,093	374	,000	-0,271
	Exigência de qualidade e eficiência	,077	374	,000	-0,236
	Correr riscos calculados	,087	374	,000	-0,228
	Estabelecimento de metas	,080	374	,000	-0,195
	Busca de informações	,096	374	,000	-0,354
	Planejamento e monitoramento sist.	,093	374	,000	-0,036
	Persuasão e redes de contato	,105	374	,000	-0,361
	Independência e autoconfiança	,081	374	,000	-0,209
	Realização	,113	374	,000	-0,183
	Planejamento	,089	374	,000	-0,099
	Poder	,094	374	,000	-0,200

^a Correlação de Significância de Lilliefors.

^b Exclui-se casos pelo método listwise.

Fonte: elaborado pelos autores.

Os resultados para o teste de normalidade indicaram que os escores das características e suas respectivas dimensões obtiveram significância menor que 0,05, o que significa que a distribuição dos dados difere de uma distribuição normal (Sig.<0,05). No entanto, para Leech, Barret e Morgan (2005), pode-se considerar as variáveis aptas para testes paramétricos quando o *Skewness* constar entre -1> e <1, momento em que, para os autores, ocorre uma normalidade aproximada, permitindo que se apliquem testes paramétricos.

Na sequência, com o objetivo de estimar a confiabilidade dos resultados, foi calculada a consistência interna por meio do coeficiente Alfa de Cronbach (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). O valor do coeficiente Alfa de Cronbach pode variar de 0 a 1 – quanto mais próximo de 1, melhor a confiabilidade, uma vez que maior será a consistência interna do instrumento ou maior a congruência entre os itens, indicando a homogeneidade da medida do mesmo fenômeno (MATTHIENSEN, 2011). Obteve-se o coeficiente $\alpha = 0,931$, o que demonstra a existência de confiabilidade nos resultados obtidos.

Para verificar a adequação da amostra, foi utilizada a medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), cujos valores aceitáveis são entre 0,5 a 1,0. Obteve-se um KMO de 0,595, resultado considerado ruim (LOPES, 2015), no entanto aceitável para a análise fatorial (HAIR JR. et al., 2009).

Também foi realizado o teste de esfericidade de Bartlett, que, para Lopes (2016), tem por finalidade testar a hipótese de que as variáveis não sejam correlacionadas (H_0) ($p > 0,05$). A hipótese básica diz que a matriz de correlação é uma matriz identidade, indicando que o modelo fatorial é inadequado. O teste de esfericidade de Bartlett resultou em uma Sig. de 0,000, ou seja, indicou a significância das correlações entre os fatores das CCE's, apoiando a conveniência da análise fatorial para os dois instrumentos, com nível de confiança de 95%. (HAIR et al., 2009).

Nesse sentido, para a análise fatorial, optou-se por analisar as dez CCE's e suas três dimensões: realização, planejamento e poder. Para isso, foi utilizado o método de componentes principais com tratamento *pairwise* para os casos omissos. Para determinar a quantidade de fatores extraídos, foi empregado o método *eigenvalue*, que indica que os fatores devem ter um autovalor maior que 1. Para rotação dos fatores, optou-se pelo método Varimax, que atribui altas cargas aos fatores e diminui o número de variáveis em cada setor, não alterando as variâncias e as comunalidades, o que, para Hair Jr. et al. (2009), facilita a interpretação dos fatores, pois cada

fator novo, após rotação, deve apresentar uma correlação forte com uma ou mais variáveis e correlação fraca com as demais variáveis.

No Quadro 4, consta a contribuição percentual dos fatores e a variância total, indicando que três fatores representam 72,57 % de contribuição.

Quadro 4 - Extração de fatores^a – CCE's

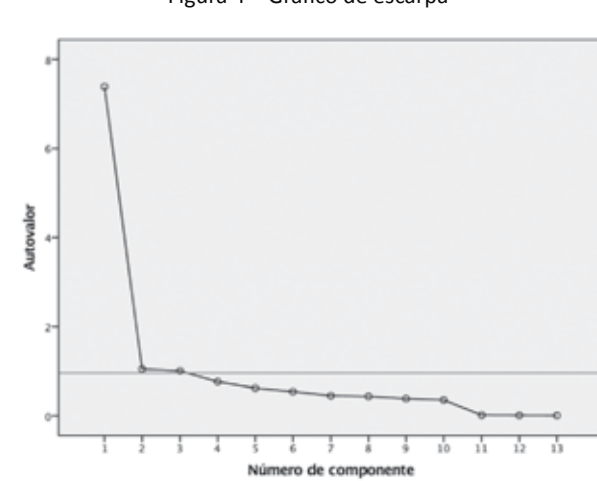
Fatores	Autovalores iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somas de rotação de carregamentos ao quadrado
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total
1	7,385	56,805	56,805	7,385	56,805	56,805	3,516
2	1,048	8,060	64,865	1,048	8,060	64,865	3,178
3	1,003	7,712	72,577	1,003	7,712	72,577	2,741
4	,761	5,852	78,428				
5	,618	4,754	83,182				
6	,540	4,155	87,337				
7	,449	3,451	90,788				
8	,433	3,333	94,121				
9	,383	2,947	97,067				
10	,353	2,718	99,785				
11	,013	,103	99,888				
12	,008	,064	99,952				
13	,006	,048	100,000				

^a Método de Extração: Análise de Componente Principal com rotação Varimax.

Fonte: elaborado pelos autores.

No gráfico de escarpa (Figura 4), consta o número de componentes fatoriais extraídos em relação aos autovalores associados a esses fatores, verificando-se três fatores acima do limite 1,00.

Figura 4 – Gráfico de escarpa



Fonte: elaborada pelos autores.

Para o presente estudo, optou-se por considerar o resultado do critério da raiz latente (Quadro 4) confirmado no gráfico de escarpa (Figura 4), em que três fatores apresentaram autovalor maior que um. Após análise dos componentes extraídos, demonstra-se a matriz de coeficientes das cargas fatoriais (Quadro 5). Esse método verifica como os itens se agrupam em relação aos fatores. Foram incluídos na escala apenas os itens com cargas fatoriais superiores ou iguais a 0,30, já que, para Hair Jr. et al. (2009), para amostras superiores a 350, é indicado utilizar carga fatorial de 0,30.

Quadro 5 – Matriz de coeficiente das cargas fatoriais

Variável	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Comunalidades
Busca de oportunidades e iniciativa		,437		,553
Persistência		,724		,604
Comprometimento	,346	,471	,313	,440
Exigência de qualidade e eficiência		,806		,709
Correr riscos calculados	,384	,639		,648
Estabelecimento de metas	,611	,328		,572
Busca de informações	,816			,761
Planejamento e monitoramento sist.	,770			,702
Persuasão e redes de contato	,312		,761	,732
Independência e autoconfiança			,809	,776
Realização		,830		,978
Planejamento	,883			,970
Poder			,902	,990

Fonte: elaborado pelos autores.

A partir do Quadro 5, verifica-se que os resultados coincidem com a classificação das características elaboradas por McClelland, 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”. Verifica-se que a análise realizada confirmou a estrutura fatorial do instrumento de CCE’s (MANSFIELD et al., 1987).

Com a finalidade de estabelecer a relação entre as características empreendedoras, foi utilizado o coeficiente de correlação de Pearson, que, de acordo com Collis e Hussey (2005), consiste em uma técnica paramétrica que indica a medida de força de associação entre duas variáveis. De acordo com Hair Jr. et al. (2009), o coeficiente de correlação de Pearson tem o objetivo de medir a associação linear entre duas variáveis métricas e possui variação de -1,00 a 1,00. Valores de coeficiente “r” próximos a +1 indicam pouca dispersão, o que expressa uma correlação forte e positiva; já os valores próximos de zero indicam muita dispersão e ausência de relação entre as variáveis; e, por fim, o valor de “r” próximo de -1 significa pouca dispersão e uma correlação negativa forte (LOPES, 2016). Para este estudo, foi adotada a convenção de Dancey e Reidy (2005), que apontam para a seguinte classificação: $r = 0,10$ até $0,39$ (fraco); $r = 0,40$ até $0,69$ (moderado); e $r = 0,70$ até $1,00$ (forte).

A matriz de correlação e a significância entre as médias das características estudadas são apresentadas no Quadro 6.

Quadro 6 - Matriz de correlação de Pearson

	BOPORT	PERSIS	COMPRO	EXIGQUA	CORRIS	ESTMET	BINFOR	PLANMON	PERSURED	INDAUTOC	DIMREAL	DIMPLAN	DIMPODER
BOPORT	1,00												
PERSIS	0,42	1,00											
COMPRO	0,48	0,32	1,00										
EXIGQUA	0,36	0,49	0,39	1,00									
CORRIS	0,48	0,50	0,43	0,56	1,00								
ESTMET	0,54	0,41	0,42	0,39	0,52	1,00							
BINFOR	0,51	0,40	0,43	0,37	0,51	0,49	1,00						
PLANMON	0,48	0,41	0,41	0,39	0,51	0,45	0,64	1,00					
PERSURED	0,39	0,42	0,40	0,40	0,51	0,43	0,51	0,51	1,00				
INDAUTOC	0,46	0,35	0,46	0,40	0,47	0,51	0,42	0,42	0,51	1,00			
DIMREAL	0,72	0,72	0,70	0,77	0,81	0,61	0,60	0,59	0,57	0,57	1,00		
DIMPLAN	0,62	0,50	0,51	0,46	0,63	0,78	0,86	0,83	0,57	0,54	0,73	1,00	
DIMPODER	0,49	0,44	0,49	0,46	0,56	0,54	0,53	0,53	0,87	0,88	0,66	0,64	1,00

Fonte: elaborado pelos autores.

Verifica-se que as correlações entre as características foram associações positivas fracas, em sua maioria, o que indica haver relação direta entre tais características, sendo a CCE com maior correlação a “Busca de informações”, com 0,64, que pode ser considerada uma correlação positiva moderada. Referente à relação entre as características empreendedoras e as dimensões “Realização”, “Planejamento” e “Poder”, a maior significância foi verificada na dimensão “Poder”, com o valor 0,88, da característica “Independência e Autoconfiança”, o que denota uma correlação forte; e a menor significância pertenceu à característica de “Comprometimento”, na dimensão “Realização”, com o valor de 0,70, o que corresponde a uma correlação forte. Dentre as dimensões, o “Planejamento” obteve maior pontuação, 0,73, ou seja, uma correlação forte.

No Quadro 7, apresenta-se o comparativo entre as CCE's e dimensões dos respondentes do sexo masculino e feminino.

Quadro 7 - Comparativo das médias das CCE's e dimensões entre os sexos

Característica	Sexo	Média	Dimensão	Sexo	Média
Persistência	Masculino	15,86	Realização	Masculino	17,65
	Feminino	16,10		Feminino	18,03
Comprometimento	Masculino	18,92	Planejamento	Masculino	17,26
	Feminino	19,59		Feminino	17,50
Exigência de qualidade e eficiência	Masculino	17,65	Poder	Masculino	17,00
	Feminino	18,00		Feminino	16,54
Correr riscos calculados	Masculino	16,65			
	Feminino	16,33			
Estabelecimento de metas	Masculino	16,23			
	Feminino	16,65			
Busca de informações	Masculino	17,96			
	Feminino	17,96			
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Masculino	17,71			
	Feminino	17,96			
Persuasão e redes de contato	Masculino	16,86			
	Feminino	16,28			
Independência e autoconfiança	Masculino	17,15			
	Feminino	16,80			
Busca de oportunidades e iniciativa	Masculino	19,18			
	Feminino	20,14			

Fonte: elaborado pelos autores.

A partir do Quadro 7, infere-se que o sexo feminino obteve maior pontuação na maioria das CCE's, inclusive nas dimensões de "Realização" e "Planejamento". Para Balte (2010), as mulheres realizam as coisas antes do solicitado e aproveitam oportunidades para empreender. Além disso, procuram assumir a responsabilidade pessoal para agir diante de obstáculos e superá-los.

Já os respondentes do sexo masculino alcançaram maior pontuação nas CCE's de "Independência e autoconfiança", "Persuasão e redes de contato" (ambas pertencentes à dimensão "Poder") e "Correr riscos calculados". Isso pode ser explicado, conforme Balte (2010), porque os homens tendem a considerar mais os desafios ou riscos moderados nas situações, avaliando as alternativas e calculando os riscos para que tenham maior controle dos resultados. Para McClelland (1987), autoconfiança e independência são reveladas quando o indivíduo confia na sua própria capacidade e mantém seu ponto de vista diante da oposição ou de resultados contrários.

Ressalta-se que tanto os respondentes do sexo feminino quanto os do sexo masculino obtiveram pontuação igual para "Busca de informações" (17,96), o que pode ser explicado pelo fato de se tratarem de acadêmicos e, portanto, almejem o conhecimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando-se o objetivo geral deste estudo – analisar as CCE's mais evidentes em acadêmicos de administração – pode-se afirmar que este foi alcançado. Isso se sustenta em função de que, após a análise dos instrumentos coletados, foi possível constatar que a maioria dos alunos apresenta CCE's, porém em níveis considerados baixo e muito baixo. Tal fato pode ser destacado como preocupante, visto que alunos empreendedores podem impactar positivamente a sociedade.

Diante disso, pode-se apontar as universidades como um dos fatores que contribuem para baixos níveis de características empreendedoras dos alunos de graduação. Segundo a pesquisa "Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras" (ENDEAVOR, 2016), as universidades brasileiras não estão atendendo às necessidades dos alunos, visto que apenas 36% do corpo discente das universidades está satisfeito com as iniciativas de empreendedorismo promovidas por sua instituição. Como alternativa, especificamente para o curso de administração da UFSM, sugere-se a aproximação da universidade com o mercado, com os empreendedores e com a comunidade em geral, já que isso propiciará o desenvolvimento de projetos e ações alinhadas com a demanda dos estudantes de administração e do mercado.

Com relação ao primeiro objetivo específico deste trabalho – traçar o perfil dos acadêmicos de administração da UFSM –, pode-se afirmar que a amostra foi composta predominantemente de alunos do sexo feminino (61%), os quais pertencem à faixa etária de 22 a 27 anos (45%). Além disso, 51% dos alunos apontaram a existência de empresas na família.

Para a execução do segundo objetivo específico – mapear as CCE's dos referidos acadêmicos – realizou-se a aplicação, tabulação e análise do questionário sobre as CCE's proposto por McClelland (MSI, 1990). Nesse sentido, os alunos evidenciaram características baixas e muito baixas, tais como: persistência, correr riscos calculados, estabelecimento de metas e persuasão e redes de contato. No entanto, esses alunos apresentaram características de nível alto para busca de oportunidades e iniciativa e comprometimento.

A partir das carências empreendedoras evidenciadas nos alunos de graduação de administração da UFSM, aponta-se o projeto "Educação e Atitude Empreendedora", do qual faz parte o presente estudo, como forma de contribuir para suprir as deficiências evidenciadas neste artigo, uma vez que o referido projeto tem como objetivo estimular atitudes empreendedoras nos alunos de graduação da UFSM, por meio de atividades e ações integradas entre alunos, professores e gestores da

instituição, buscando desenvolver alicerce para a criação de uma universidade empreendedora.

Quanto à contribuição deste estudo, salienta-se que os resultados aqui obtidos podem servir de base para um estudo longitudinal que permita acompanhar os alunos do curso de administração no decorrer dos semestres letivos, bem como realizar associações entre os diversos tipos de cursos da instituição de ensino pesquisada. Esse aspecto é reforçado pelo fato de que estudos nessa perspectiva ainda são poucos, visto que se constata uma carência dentro da área do conhecimento acerca de acadêmicos de graduação em relação às CCE's. Como contribuição prática, aponta-se que as discussões a respeito das carências comportamentais empreendedoras dos alunos podem servir como estímulo para o desenvolvimento de novos projetos e ações que visem estimular o empreendedorismo na UFSM.

No que concerne às limitações deste estudo, não houve a possibilidade de abordar um grupo maior de alunos com a aplicação do instrumento, devido ao limite temporal da pesquisa, bem como do processo. Como sugestão para futuros estudos, recomenda-se que pesquisas sobre o tema ocorram de forma continuada no curso de graduação em administração, trazendo informações sempre atualizadas acerca das CCE's dos alunos e permitindo verificar a evolução e o desenvolvimento tanto do comportamento dos indivíduos quanto das práticas educacionais do curso. Essa verificação em dois momentos não foi possível durante a realização deste trabalho, tendo em vista o escasso tempo para sua execução.

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.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de inflação.** V. 17, nº 1, 2015.

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

BELFIORE, P. **Estatística Aplicada A Administração, Contabilidade e Economia Com Excel e Spss.** Elsevier – Campus, 2015.

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

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

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

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

COMISSAO EUROPEIA. **Repensando educação: investindo em habilidades para melhores resultados socioeconômicos.** 2012.

CRUZ, M. V. **Brasil nacional-desenvolvimentista (1946-1964).** Seleção de textos sobre a História

da Educação no Brasil República, 24. 2008.

DANCEY, C. P.; REIDY, J. **Estatística Sem Matemática para Psicologia: Usando SPSS para Windows**. 5 ed. Porto Alegre: Penso. 2013.

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

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

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

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

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

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

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

GOMES, M. S.; GONÇALO, C. R.; PEREIRA, C. D.; VARGAS, S. L. A inovação como conexão para o desenvolvimento de parcerias entre universidade-empresa. **Navus - Revista de Gestão e Tecnologia. Florianópolis**. SC, v. 4, n. 2, p. 78-91, jul./dez, 2014.

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

IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2015.

HAIR JR., J. F.; BLACK, W. C., BABIN, B. **Análise multivariada de dados**. Anderson, R. E., & Tatham, R. L. 6a ed., A. Sant'Anna, Trad. Porto Alegre: Bookman. 2009.

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

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, pp. 419-439, Jul./Ago, 2015b.

LOPES, L. F. D. **Métodos quantitativos**. Ed. 1. Universidade Federal de Santa Maria. 2016.

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

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.
- MATTHIENSEN, A. **Uso do coeficiente alfa de Cronbach em avaliações por questionários.** EMBRAPA. Boa Vista, RR. 2011.
- MCCLELLAND, D. C. **The achievement society.** Princeton: D. Van Nostrand Co. 1961.
- MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social.** Rio de Janeiro: Expressão e Cultura. 1972.
- MCCLELLAND, D. C. **Managing motivation to expand human freedom.** American Psychologist, Washington, v. 33, n. 1. p. 201-210, Mar, 1978.
- MCCLELLAND, D. C. (). Characteristics of Successful Entrepreneurs. **The Journal or Creative Behavior**, v. 21, n. 3. p. 219-233, 1987.
- MINELLO, I. F. **Resiliência e Insucesso empresarial: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios.** 1. Ed. Curitiba. Paraná: Editora e Livraria Appris Ltda. 2014.
- MINELLO, I. F. **Resiliência e insucesso empresarial: um estudo exploratório sobre o comportamento resiliente e os estilos de enfrentamento do empreendedor em situações de insucesso empresarial, especificamente em casos de descontinuidade do negócio.** Tese de doutorado (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, SP. 2010.
- MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. **Papel da Universidade para desenvolvimento das regiões é tema de debate em seminário internacional.** I Conferência Nacional de Desenvolvimento Regional. Brasília. 2013.
- MIZUMOTO, F. M.; ARTES, R.; LAZZARINI, S. G.; HASHIMOTO, M.; BEDÊ, M. A. O impacto de capital humano, capital social e práticas gerenciais na sobrevivência de empresas nascentes: um estudo com dados de pequenas empresas no Estado de São Paulo. **Inspere Working Paper**, Insper Instituto de Ensino e Pesquisa. 2008.
- MONTEIRO, M. J. V. **Efeito do empreendedorismo no desemprego em Portugal.** Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Trás-os-Montes e Alto, Vila Real. 2014.
- POLITIS, D. The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 399-424, 2005.
- QUANDT, C. O.; SILVA, H. F. N., FERRARESI, A. A.; FREGA, J. R. Programas de gestão de ideias e inovação: as práticas das grandes empresas na região sul do Brasil. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n.3, p.176-199, jul./set., 2014.
- RAUCH, A.; FRESE, M. Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, v. 16, n. 4, p. 353-385, 2007.
- RAMOS, M. P. Métodos Quantitativos e Pesquisa em Ciências Sociais: Lógica e Utilidade do Uso da Quantificação nas Explicações dos Fenômenos Sociais. Mediações - **Revista de Ciências Sociais**, v. 18, n. 1, p. 55-65, 2013.
- RAUFFLET, E.; BRES, L.; FILION, L. J. Desenvolvimento sustentável e empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 1, p. 3-32, 2014.
- RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Perfil do suporte oferecido pelas incubadoras brasileiras às empresas incubadas. **REAd**, v. 17, n. 2, p. 330-359, 2011.

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

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

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

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

SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Cultura empreendedora. **REGE. Revista de Gestão**, v. 15, n. 1, p. 1, 2008.

SEBRAE. **Empretec: manual do participante**. Brasília: Sebrae. 2011.

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

VIEIRA, A. M. D. P.; ROCHA, C. **Práticas pedagógicas para o ensino de empreendedorismo no curso de administração de empresas no período 2007-2013**. B. Tec Senac, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, p. 82-111, maio/ago., 2015.

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

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