

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

**CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS: EM CENA OS
FUTUROS MÉDICOS VETERINÁRIOS**

**ENTREPRENEURIAL BEHAVIORAL CHARACTERISTICS: AT THE SCENE THE
VETERINARY MEDICAL FUTURES**

Caroline dos Santos Porto, Cristiane Krüger e Italo Fernando Minello

RESUMO

Neste estudo objetivou-se analisar as características comportamentais empreendedoras evidentes nos discentes de graduação do curso de Medicina Veterinária da UFSM. Especificamente traçou-se o perfil dos discentes, identificou e comparou-se tais características de acordo com o gênero dos discentes. Trata-se de um estudo descritivo, com abordagem quantitativa. Os resultados apontam que a característica estabelecimento de metas foi a que mais se destacou entre os discentes. No que se refere à comparação das características comportamentais empreendedoras quanto ao gênero, evidencia-se que ambos sexos apresentam as dez características. Os homens apresentam maiores médias em cinco características e as mulheres em quatro. Quanto as dimensões, as mulheres apresentam maior pontuação em realização, e os homens em planejamento e poder. No entanto, não houve diferenças expressivas de média entre os gêneros.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Comportamento empreendedor, Características comportamentais empreendedoras, Alunos de graduação.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the most evident entrepreneurial behavioral characteristics in undergraduate students of the UFSM Veterinary Medicine course. Specifically the profile of the students was traced, identified and compared such characteristics according to the genre of the students. This is a descriptive study with a quantitative approach. The results point out that the characteristic goal setting was the one that stood out among the students. With regard to the comparison of entrepreneurial behavioral characteristics in relation to gender, it is evident that both sexes present the ten characteristics. Men presented higher averages in five characteristics and women in four. As for dimensions, women score higher on achievement, and men on planning and power. However, there were no significant differences between the genders.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial behavior, Entrepreneurial behavioral characteristics, graduation student.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo pode ser compreendido como uma oportunidade que um indivíduo cria ou aproveita na sociedade, podendo desenvolver uma atividade econômica organizada, gerando valor para si e para o mercado (CARREIRA et al. (2015). Nesse raciocínio, para Souza e Santos (2014), é fundamental, no mundo moderno, que as pessoas estejam preparadas para aprender a agir e pensar com criatividade, utilizando a liderança e visão de futuro para inovar. Para esses autores os empreendedores são peças fundamentais para o sucesso de uma organização, pois são dotados de habilidades que os impulsionam para agir antecipadamente buscando encontrar soluções satisfatórias no cenário que estão expostos, resolvendo problemas, assumindo responsabilidades, alcançando objetivos.

O estudo sobre empreendedorismo para Brandão, Vasconcelos e Muniz (2011), não está apenas atrelado ao universo empresarial, no processo de criação de empresas e na busca por lucro, mas também se encontra evidente no ponto de vista pessoal como atuante na transformação do seu meio e na geração de conhecimento. Somando-se a isso Brancher, Oliveira e Roncon (2012) contribuem afirmando que o fenômeno do empreendedorismo está a favor das iniciativas de unir talentos, renovando e inovando dentro e fora de uma organização, permitindo que o desenvolvimento aconteça.

Seguindo esse raciocínio infere-se que é de suma importância incluir o ensino do empreendedorismo em todos os níveis de formação acadêmica, logo, a educação empreendedora é compreendida como um meio para despertar o espírito e comportamento empreendedor nas pessoas (FILHO; BRUNI, 2015). Nessa perspectiva, Ribeiro e Bernardes (2014) corroboram que as instituições de ensino têm atuação fundamental quando se trata do desenvolvimento das características necessárias para os alunos serem capazes de viabilizar oportunidades mas, isso não requer apenas disposição dos docentes, mas sim a mudança do comportamento dos próprios alunos.

Para definir quais são essas características Câmara e Andalécio (2012) explanam que existe uma ampla literatura que faz referência sobre o que são os empreendedores e suas características mais evidentes. Os autores salientam que as características dos empreendedores que apareceram com mais frequência são: inovação, liderança, riscos moderados, independência, criatividade, energia, tenacidade, originalidade, otimismo, orientação para resultados, flexibilidade, iniciativa, envolvimento em longo prazo, autoconfiança, agressividade, sensibilidade a outros, tendência a confiar nas pessoas, dinheiro como medida de desempenho, etc. Dentre estas características, destacam-se as dez características comportamentais empreendedoras desenvolvidas a partir dos estudos de McClelland (MSI, 1990).

Nesse cenário, se inserem os futuros médicos veterinários, atualmente discentes de graduação, os quais necessitam cada vez mais desenvolver características comportamentais empreendedoras para que estejam preparados para competir no ambiente profissional que os aguarda.

Essas características podem se expressar diferentemente entre homens e mulheres, devido às suas distinções naturais. Homens e mulheres passam por experiências distintas desde a infância e isto pode influenciar na sua formação e características enquanto profissionais (MINUZZI; VARGAS; FIALHO, 2016). No entanto, para Machado (2008) o empreendedorismo não é privilégio de nenhum dos gêneros.

Nesse sentido, objetivo do presente estudo é analisar as características comportamentais empreendedoras mais evidentes nos discentes de graduação do curso de Medicina Veterinária da UFSM. Especificamente pretende-se traçar o perfil dos discentes, identificar e comparar as características comportamentais empreendedoras de acordo com o gênero desses discentes.

2. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Diante do atual cenário socioeconômico, Dornelas (2014) afirma que se passa por constantes transformações na criação de novas invenções que estão mudando o estilo de vida das pessoas. O autor frisa que para obter novas criações é preciso inovação, logo, é necessário pessoas ou equipes que possuam características especiais, visionárias, que fazem as coisas acontecerem e empreendem. Os empreendedores são pessoas singulares, são apaixonados pelo que fazem, querem ser reconhecidos, referenciados e imitados (DORNELAS, 2014).

De acordo com Dolabela (1999) o empreendedorismo é contemplado tanto com o empreendedor que é resultado de seus negócios e sua medida de desempenho é baseada pelo seu capital financeiro. E também pelo empreendedor na área de pesquisa e ensino, que é mensurado pelo potencial de agregação de valores propagados e geração de novos conhecimentos e novas tecnologias.

No empreendedorismo, como assinalam Dolabela e Filion (2013), a mudança deve começar pela base e não pelo topo, a sociedade deve abordar práticas que permitam mudanças estruturais, empresariais e que sejam integradas ao sistema social recriando padrões nos processos de aprendizagem. O empreendedorismo é capaz de transformar todos os indivíduos em protagonistas de seus destinos, agir para uma integração que altere sua relação com o mundo e com os outros além de se reinventar a si mesmo.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), os empreendedores pensam diferente das outras pessoas, tomam decisões em ambientes inseguros, com altos riscos, intensas pressões de tempo e concebível investimento emocional. Clemente e Almeida (2013) colaboram que o empreendedor vive em um cotidiano intenso repleto de dúvidas e decisões difíceis, cercado pelo cenário econômico, político e social, é um indivíduo destemido e pesa fundamental para o crescimento econômico de qualquer nação, pois se transforma e aprendem novas tecnologias, práticas e conceito sobre produtos e serviços.

Vidal e Santos Filho (2003) realizaram um estudo com um gerente – proprietário de uma empresa varejista de médio porte sobre características do comportamento empreendedor. No estudo evidenciou-se que o indivíduo empreendedor não é alguém com atributos intelectuais mais avantajados, mas sim uma pessoa que consegue evidenciar oportunidades e desenvolvê-las quando outras pessoas só percebem ameaças e incertezas. Em concordância com esta ideologia, Barros e Forte (2004) apontam que o pensamento estratégico não se limita a grandes gestores de multinacionais e grandes negócios, o empreendedor usa seus pontos fortes para transformar ações dentro de seu ambiente de trabalho e fora, em mudanças que acompanham as exigências do mercado, não importando o tamanho da empresa.

Somando-se a isso Dolabela (1999) sugere que as habilidades e capacidades para um indivíduo criar uma empresa deveriam ser desenvolvidas em alunos de todos os graus de ensino, do primeiro ao terceiro, sendo que o foco seria evoluir a capacidade do aluno a desvendar novas oportunidades. O mesmo autor ressalta que os pais guiam os filhos para possuir empregos que ofereçam segurança, garantia, estabilidade. Mas para o desenvolvimento de um país os jovens têm que estar dotados de capacidades, como: gerar seu próprio emprego, inovar, gerar riqueza, assumir riscos, autonomia, independência.

Em relação ao processo de formação das características, verifica-se que tanto a formação educacional de nível superior quanto a experiência de vida contribuem para o desenvolvimento das características (MARTINS-SILVA; SILVA; SILVA, 2016). Nesse sentido, a universidade tem importante papel no desenvolvimento do comportamento empreendedor, pois durante os estudos o aluno conhece procedimentos que o influenciam na sua capacidade de explorar coisas que impulsionam sua vida acadêmica e futura vida profissional (SINGER; AMORÓS; ARREOLA, 2015).

A relação entre teoria e prática no espaço universitário, segundo Guimarães e Lima (2016), não é de hoje que se encontra pautada no campo dos processos voltados para área do empreendedorismo, sendo um requisito primordial na revolução do método de ensino-aprendizagem. Somando-se a isso os autores ressaltam que na atmosfera do empreendedorismo são analisados aspectos como: criação, inovação, revolução, comprometimento, dedicação, motivação e riscos. Lopes e Silva (2014) corroboram que são nas universidades que os alunos devem encontrar ambientes favoráveis para o desenvolvimento da criatividade, inovação e do empreendedorismo, assim aperfeiçoando habilidades de gerar novidades e soluções criativas para resolver os problemas e desafios diários que são demandados pelo mercado de trabalho.

Diante disso, para Ribeiro e Bernardes (2014) as características do comportamento empreendedor podem muitas vezes ser facilmente percebidas na maioria das pessoas com inclinação para o empreendedorismo, entre elas estão: a necessidade de realização, inovação, criatividade e motivação.

A seguir são esmiuçadas as características comportamentais empreendedoras.

3. CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

As características comportamentais empreendedoras para Minuzzi, Vargas e Fialho (2016) são abordadas e definidas por diversos autores e geralmente são complementares e não conflitantes. Dornelas (2014) ratifica que as características empreendedoras nada mais são que alguns atributos pessoais em complemento às características sociológicas e ambientais.

Conforme aponta Degen (2009) uma característica evidente no empreendedor é sua aflição por mudanças, desejo de fazer as coisas acontecerem. O autor relata que o dramaturgo irlandês Bernard Shaw argumentava que o homem racional se adapta ao mundo em que vivemos sem questionamento. Porém, o homem irracional tenta adaptar o mundo a si. Diante disso, sem os empreendedores inconformados com o mundo não teríamos luz, água potável, telefone, rádio, etc.

Estes argumentos ratificam a afirmação de McClelland (1972), em que o autor elucida a existência de dois grupos de pessoas classificadas de acordo com suas características comportamentais, um, em que se encaixa a maioria, são aqueles que não estão dispostos a se sacrificar para conseguir alcançar seus objetivos, já o outro, grupo pertencente a minoria, tendem a juntar esforços para alcançar um objetivo pessoal. Estas pessoas fazem as coisas acontecerem e podem ser denominadas empreendedores.

Greatti e Senhorini (2000) explanam que as características empreendedoras são fundamentais para o profissional que almeja se consolidar no mercado de trabalho, já que o mercado demanda de pessoas mais criativas, que saibam assumir riscos, que possuam iniciativa própria para a resolução dos conflitos e que sejam mais persistentes quanto aos seus objetivos. O funcionário, estudante, empresário e, principalmente, as pessoas que querem entrar em um novo ramo de negócio devem ser dotadas destas características.

Diante de um estudo sobre empreendedorismo, Baron e Shane (2007) argumentam que existe um entendimento sobre um conjunto de atitudes presentes no indivíduo empreendedor. São apresentadas três variáveis, a primeira de nível individual (técnicas, motivações e características dos empreendedores); por sequência de nível interpessoal ou grupal (ideias, informações de outras pessoas, clientes, potenciais funcionários, eficácia nas interações com capitalistas de risco) e, por último de nível social (políticas governamentais, condições econômicas, tecnologia) que permeiam todas as fases do processo empreendedor.

Como mencionado anteriormente existem três variáveis compostas por atitudes presentes nos empreendedores individual, grupal e social, na primeira delas, referida como nível individual, Baron e Shane (2007) indicam que é formada pelas características empreendedoras. Muitos autores pesquisaram e estudaram o indivíduo para entender e dar sua contribuição sobre

quais características o indivíduo empreendedor tem em comum e o que os difere com outros indivíduos.

Neste sentido, os estudos científicos elucidados por David McClelland descrevem a teoria empreendedora, no qual é composta por três comportamentos em que estão dispostas as CCE's. No intuito de agregar as pesquisas sobre empreendedorismo McClelland formou parcerias, uma delas foi originada a pedido da USAID (*United States Agency for International Development*), na qual realizaram um estudo que apontava a identificação de características comportamentais empreendedoras em países emergentes. A partir desse estudo foi desenvolvido um questionário capaz de mensurar essas características, a partir dos três grupos de comportamento Realização, Planejamento e Poder, (MANSFILELD et al., 1987).

Conforme ilustrado no Quadro 1, tornaram-se dez CCE's na qual cada qual está inserida dentre as três dimensões respectivas.

Quadro 1 – Características comportamentais empreendedoras

CATEGORIAS	CARACTERÍSTICAS	COMPORTAMENTOS
REALIZAÇÕES	Busca de oportunidades e iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> • Viabiliza e atua em novas oportunidades de negócios. • Age antes que aconteça algum imprevisto.
	Presciência	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza repetidas ações para solucionar um desafio ou superar um obstáculo. • Muda de estratégia para alcançar um objetivo.
	Correr riscos calculados	<ul style="list-style-type: none"> • Enfrenta situações que indicam um desafio e ou risco moderado. • Calcula com precedência os riscos a ser tomados. • Segura medidas para reduzir os riscos e controlar resultados.
	Exigência de qualidade e eficiência	<ul style="list-style-type: none"> • Encontra as melhores maneiras de fazer as coisas mais rápido e mais barato. • Age com proposito de atender padrões de excelência melhorando seu desempenho.
	Comprometimento	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabiliza por qualquer problema na conclusão de um trabalho. • Realiza um sacrifício pessoal para a conclusão de um trabalho.
PLANEJAMENTO	Busca de informações	<ul style="list-style-type: none"> • Vai à busca de informações pessoalmente, sobre concorrentes, fornecedores e clientes. • Usa seus contatos pessoais e de negócios para obter informações que agreguem.
	Estabelecimento de metas	<ul style="list-style-type: none"> • Articula claramente objetivos de longo prazo. • Definição e revisão dos objetivos de curto prazo.
	Planejamento e monitoramento sistemático	<ul style="list-style-type: none"> • Organiza uma grande tarefa em tarefas menores. • Arquia registros financeiros para futuramente tomar decisões. • Revisa seus trabalhos para atender as normas estabelecidas.
PODER	Persuasão e rede de contatos	<ul style="list-style-type: none"> • Usar diversas estratégias para persuadir e influenciar outras pessoas. • Usas seus contatos pessoais e de negócios para alcanças seus objetivos.
	Independência e autoconfiança	<ul style="list-style-type: none"> • Busca autonomia e controle das regras. • Demonstra confiança em realizar tarefas e desafios difíceis.

Fonte: elaborada pelos autores com base em MSI (1990, p. 80-81).

Desta forma, Minuzzi, Vargas e Fialho (2016), afirmam que no conjunto de características formado pela dimensão realização, estas características estão diretamente ligadas ao desafio pessoal de cada indivíduo; no conjunto planejamento, estão associadas com o modo de realizar cada trabalho ou tarefa; já no último conjunto poder contém as características referentes à influência ou persuasão com as pessoas, age de acordo para manter relações comerciais.

Nesse contexto, ao visualizar as universidades como um sistema educacional a mesma é uma área central de intervenção ao desenvolvimento de características empreendedoras, que podem levar o aluno ao desenvolvimento um comportamento mais empreendedor (DINIS et al., 2013).

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem utilizada na presente pesquisa é quantitativa, tipo descritiva. A abordagem quantitativa pode ser usada em estudos de grandes aglomerados de dados e de conjuntos demográficos, partindo de um contexto a ser descoberto, e construída a partir de um fenômeno social (SAMPIERI; COLLADO; LÚCIO, 2013). A pesquisa do tipo descritiva procura descrever as características de uma determinada população ou os fatos e fenômenos de uma realidade, o que pode proporcionar uma maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e favorecendo o aprimoramento de ideias e considerações dos mais variados aspectos ligados ao fato estudado (TRIVIÑOS, 1987).

O instrumento utilizado refere-se as características comportamentais empreendedoras (CCE's) desenvolvido por McClelland (MANSFIELD et al., 1987) com o objetivo de identificar as características comportamentais empreendedoras dos discentes. Este questionário é baseado nas 10 CCE's de McClelland (MSI, 1990), composto por 55 afirmações. O instrumento foi respondido de acordo com uma escala de 5 pontos Likert, correspondendo a seguinte graduação: 1 = nunca, 2 = raras vezes, 3 = as vezes, 4 = frequentemente e 5 = sempre. De acordo com sua percepção, diante de cada uma das 55 assertivas que compõem o instrumento da seguinte forma (Quadro 2):

Quadro 2 - Características e questões do instrumento das CCE's

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

* Questões negativas.

Fonte: adaptado de Mansfield et al., 1987.

O (*) do Quadro 2 corresponde às questões negativas em que a pontuação deve ser subtraída do resultado final da respectiva característica e deve-se acrescentar 6 (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 (vinte) pontos. Se isso ocorrer, todas as CCE’s devem ser corrigidas com a subtração dos pontos correspondentes (MANSFIELD et al., 1987). No Quadro 3 consta o fator de correção para as CCE’s.

Quadro 3 - Fator de correção para as CCE’s

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: elaborado pelos autores com base em Mansfield et al. (1987).

A pontuação máxima é de 25 pontos para cada uma das características. Quando o total for igual ou superior a 15 pontos o indivíduo possui a respectiva característica e é considerado empreendedor (MANSFIELD et al., 1987).

A população total desta pesquisa é composta por 465 discentes, do curso de graduação em Medicina Veterinária da Universidade Federal de Santa Maria. Para o cálculo do tamanho mínimo da amostra optou-se pela fórmula a seguir (Equação 1), que segundo Fonseca e Martins (1996) é para uma população finita, considerou-se um nível de confiança de 95% e um erro padrão de 5%, a amostra mínima calculada foi de 212 indivíduos.

Equação (1)

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

Sendo:

e – erro amostral;

N – tamanho da população;

n – amostra mínima

$\alpha = 0,05$ – Nível de Significância

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

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

No entanto, no período de coleta de dados que ocorreu nos meses de outubro a novembro de 2016, com entrega pessoal em sala de aula, obteve-se 212 respostas. Destes desconsiderou-se um questionário preenchido de modo incompleto, os demais instrumentos foram considerados aptos para análise.

Após a coleta dos dados realizou-se o processo de tabulação e codificação dos dados. Para tratamento e análise dos dados coletados foram realizados testes estatísticos, utilizando o software *Statistical Package for the Social Sciences* – SPSS® versão 24, nessa ocasião foram analisados quantitativamente e explorados os dados do modelo proposto por McClelland (MANSFIELD et al., 1987).

Os testes estatísticos compreendem estatística descritiva em que foram calculados mínimo, máximo, médias e o desvio padrão de cada característica e dimensão. Em seguida, para estimar a confiabilidade foi medida 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, sendo que, quanto mais próximo de 1, melhor a confiabilidade, pois, maior será a consistência interna do instrumento ou maior a congruência entre os itens, indicando a homogeneidade da medida do mesmo fenômeno (MATTHIENSEN, 2011).

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta etapa do trabalho apresenta-se a análise dos resultados, apurados após a aplicação dos questionários aos discentes do curso de graduação em Medicina Veterinária, no intuito de responder os objetivos estabelecidos no estudo.

Salienta-se que os dados obtidos na coleta, por meio do questionário de Mansfield et al. (1987), tem metodologia própria para análise, que prevê um fator de correção aplicado aos questionários que apresentarem uma supervalorização das características. Na Tabela 1 demonstra-se os totais e percentuais de questionários que necessitaram do fator de correção.

Tabela 1 – Fator de correção

Nº de casos por faixa de pontos					% de casos por faixa de pontos				
Até 19	20-21	22-23	24-25	Total	Até 19	20-21	22-23	24-25	Total
192	17	1	1	211	90,8%	8,4%	0,4%	0,4%	100%

Fonte: elaborado pelos autores.

A partir da Tabela 1 constata-se que para aproximadamente 91% dos alunos não foi necessário o fator de correção, o que revela que os mesmos não criaram uma imagem favorável das suas características comportamentais empreendedoras.

5.1 PERFIL DOS PESQUISADOS

A amostra é composta por 211 discentes de graduação, o que representa 45,37% da população, sendo 57 pessoas do gênero masculino (27,02%) e 154 do gênero feminino (72,98%). No que se refere a faixa etária 70,6% (149) possuem até 23 anos. Em relação ao estado civil, os solteiros representam 94,8% dos respondentes. Quanto ao trabalho, 73,4% (155) dos respondentes afirmam que não trabalham. Quanto ao questionamento sobre já ter cursado disciplinas relacionadas ao empreendedorismo 72% (152) dos respondentes afirmaram nunca ter cursado quaisquer disciplinas relacionadas ao empreendedorismo.

5.2 CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

A análise dos resultados iniciou com o cálculo da confiabilidade, foi medida a consistência interna por meio do coeficiente alfa de Cronbach (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). O coeficiente alfa de Cronbach é calculado pela seguinte Equação 2:

Equação (2)

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

Que corresponde a:

k corresponde ao número de itens do questionário;

σ_i^2 corresponde soma das variâncias de cada item;

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

O alfa de Cronbach obteve $\alpha = 0,827$. Deste modo, os valores resultantes da aplicação dos questionários com os 211 discentes são confiáveis (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

Em seguida verificou-se mínimo, máximo, média, desvio padrão e variância de cada característica e dimensão das CCE's, dos discentes participantes. No Quadro 4 apresenta-se a estatística descritiva das CCE's.

Quadro 4 – Estatística descritiva CCE's

Inst.	Características/Dimensões	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
CCE's	Busca de oportunidades e iniciativa	11,00	24,00	17,5166	2,54735	6,489
	Persistência	9,00	22,00	16,8531	2,27664	5,183
	Comprometimento	9,00	25,00	18,5545	3,00802	9,048
	Exigência de qualidade e eficiência	11,00	24,00	17,9526	2,64892	7,017
	Correr riscos calculados	10,00	25,00	16,6209	2,33775	5,465
	Estabelecimento de metas	9,00	25,00	19,5071	3,14320	9,880
	Busca de informações	10,00	25,00	18,9810	3,05031	9,304
	Planejamento e monitoramento sis.	9,00	25,00	17,3744	2,56480	6,578
	Persuasão e redes de contato	9,00	24,00	16,4882	2,72792	7,442
	Independência e autoconfiança	10,00	24,00	17,4313	2,84166	8,075
	Realização	12,00	21,60	17,4995	1,78570	3,189
	Planejamento	11,00	24,00	18,6019	2,32641	5,412
	Poder	11,00	23,50	16,9597	2,17497	4,731

Nº válido (Listwise) 211.

Fonte: elaborado pelos autores.

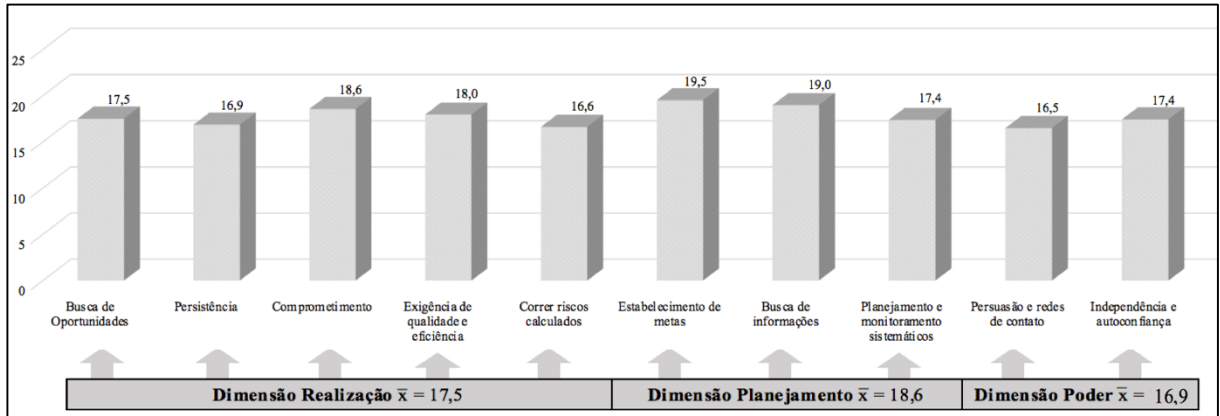
A partir do Quadro 4 é possível identificar as pontuações mínimas e máximas de cada característica e dimensão, assim como as médias, desvio padrão e variância. Para as características o limite máximo é de 25 pontos, na característica de persistência obteve-se pontuação máxima de “22”, menor dentre as dez características.

A maior média foi registrada na característica estabelecimento de metas “19,50”, que para McClelland (MSI, 1990) significa que, para esses discentes, objetivos e metas são desafiantes e tem um significado pessoal; as metas são claras, objetivas e definidas a longo prazo; as metas estabelecidas a curto prazo são mensuráveis. A menor média ocorreu na característica persuasão e redes de contato “16,48”, o comportamento do indivíduo que apresenta persuasão e redes de contanto é discutir estratégias antecipadamente para influenciar e persuadir os outros; utilizar-se de pessoas-chave para atingir objetivos propostos (MSI, 1990). O menor desvio padrão ocorreu na dimensão realização, que contempla as cinco características iniciais e demonstra singularidade entre os resultados.

Na

Figura 1 constam as médias das características comportamentais empreendedoras e das respectivas dimensões dos discentes.

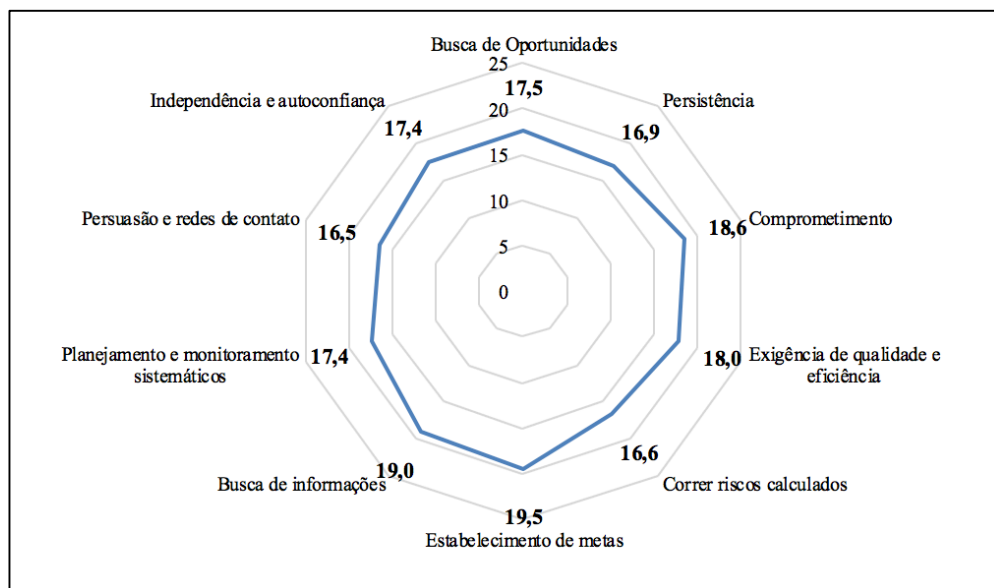
Figura 1 – Média das CCE's



Fonte: elaborado pelos autores.

A partir da média verifica-se que os discentes pesquisados possuem as características ($\geq 15,0$), e que a dimensão com maior pontuação foi planejamento “18,6”. Na Figura 2 percebe-se que as características estão na zona de 15,0 e 20,0 pontos.

Figura 2 – Zona de pontuação das médias das CCE's



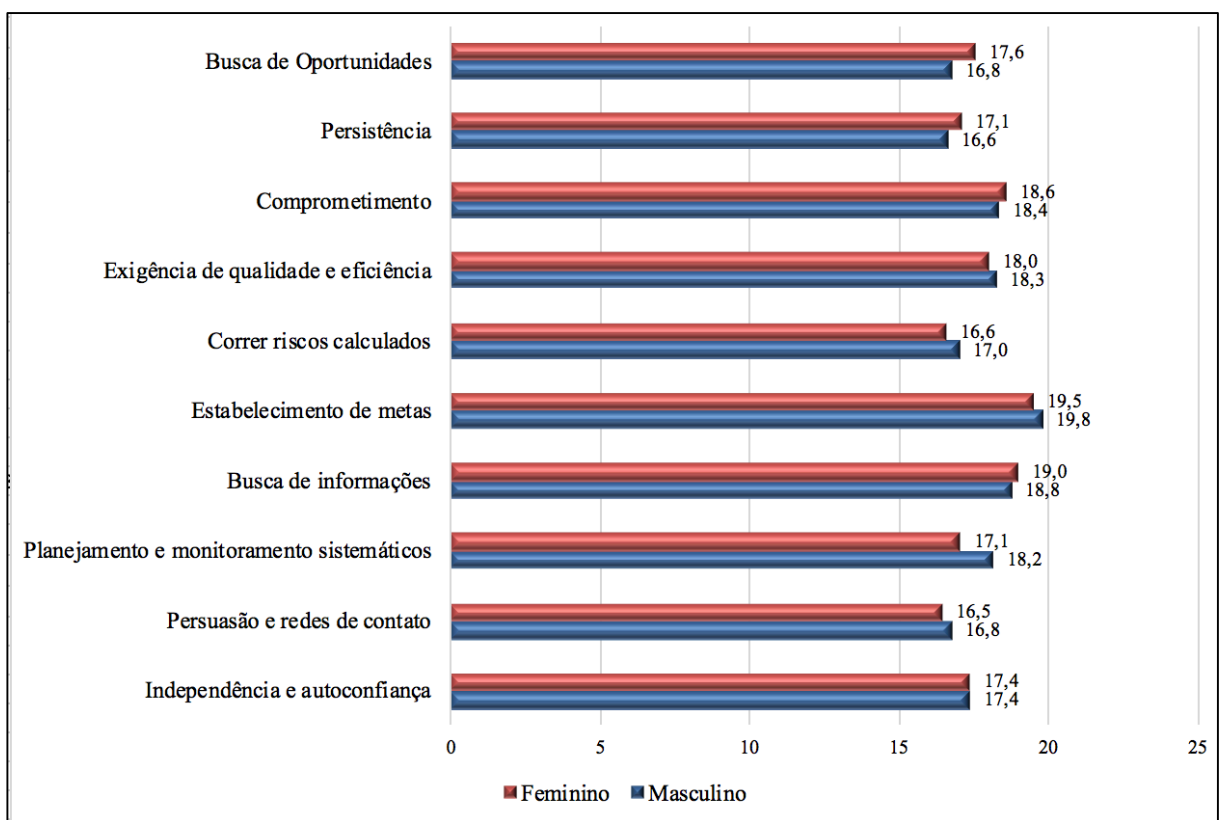
Fonte: elaborado pelos autores.

Ao considerar 25,00 como a pontuação máxima e 15,00 como a pontuação mínima para a presença das características (MANSFIELD et al, 1987), constata-se, por meio da média, que as características dos discentes pesquisados podem ser aprimoradas e desenvolvidas, tendo em vista o limite máximo dessa pontuação. Para Minuzzi, Vargas e Fialho (2016) graduandos necessitam desenvolver as CCE's para que possam competir no mercado, em que o principal desafio é a necessidade de profissionais flexíveis e adaptáveis ao mercado.

5.3 COMPARATIVO DAS CCE'S ENTRE OS GÊNEROS

Levando em consideração a variável gênero, se infere que as características comportamentais empreendedoras podem se expressar de diferentes maneiras, para Machado (2008) o empreendedorismo não é privilégio de nenhum dos gêneros, masculino ou feminino, pois ambos demonstram competências empreendedoras, seja por oportunidade ou por necessidade. Diante disso, as características comportamentais empreendedoras devem constar nos alunos indiferente do gênero a que pertençam, enquanto futuros empreendedores em suas respectivas áreas de atuação. Na Figura 3 apresenta-se as pontuações das características comportamentais empreendedoras para os respectivos gêneros.

Figura 3 – Média das CCE's por gênero

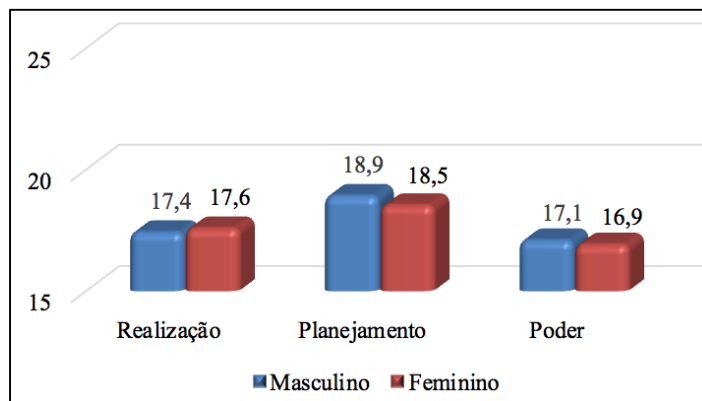


Fonte: elaborado pelos autores.

A partir da Figura 3 infere-se que tanto os discentes do gênero feminino quanto do masculino apresentam as dez características ($\geq 15,0$). Conforme comparação das médias da CCE's, constata-se que, de forma geral, os homens apresentam maiores médias em cinco características, quais sejam: Exigência de qualidade e eficiência, Correr riscos calculados, Estabelecimento de metas, Planejamento e monitoramento sistemáticos, e, Persuasão e redes de contato. No entanto, ressalta-se que as mulheres apresentaram maiores médias em quatro características, sendo: Busca de oportunidades e iniciativa, Persistência, Comprometimento e Busca de informações. A característica de independência e autoconfiança obteve valor equivalente em ambos gêneros.

Em seguida foi realizada a comparação das pontuações entre as dimensões Realizações, Planejamento e Poder, diante dos gêneros dos discentes pesquisados (Figura 4).

Figura 4 – Média das dimensões por gênero



Fonte: elaborado pelos autores.

Diante da comparação dos gêneros por dimensão, infere-se que na dimensão Realização (Figura 4) as mulheres obtiveram maior pontuação, McClelland (1972) afirma que pessoas que manifestam necessidades de realização desejam alcançar metas de difícil alcance e exigem elevado padrão de sucesso, assim como o domínio de tarefas complexas.

Nas demais dimensões, Planejamento e Poder, os homens obtiveram pontuação superior. Para Gomes (2011) o planejamento é considerado a base para o sucesso, dentro e fora da sala de aula. Nesse sentido, o comportamento empreendedor pode oportunizar ao estudante enxergar e avaliar determinada situação, assumindo uma posição proativa frente a ela, capacitando-o a elaborar e planejar formas e estratégias de interagir com aquilo que ele passou a perceber (LOPES, 2014). A dimensão Poder, para McClelland (1972), é descrita como uma preocupação com o controle dos meios de influenciar os demais, importante não confundir a dimensão poder com comportamentos abusivos por parte do indivíduo.

Infere-se que para os diferentes gêneros, feminino e masculino, as pontuações para cada característica e dimensões obtiveram similitude. A maior discrepância entre a pontuação mínima e máxima é observável na característica Planejamento e monitoramento sistemáticos, com diferença de “1,1”. As demais características apresentam diferença inferior a “1,00”.

Relacionando esses resultados ao fato de que 71% dos respondentes nunca cursou quaisquer disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, infere-se que, apesar dos discentes apresentarem as dez CCE's, a universidade empreendedora ainda não é concreta na instituição pesquisada, quando se considera que a mesma deva permear por todos cursos (CLARK, 2006).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os discentes, para Minuzzi, Vargas e Fialho (2016), necessitam desenvolver as CCE's para que possam competir no mercado, na qual um dos principais desafios é a necessidade de profissionais flexíveis e adaptáveis ao ambiente de negócios. Isso corrobora o desenvolvimento do comportamento empreendedor e a ideia da universidade empreendedora, que para Clark, o empreendedorismo deve permear por toda instituição.

Diante do contexto abordado e considerando a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento de uma nação, resgata-se o objetivo deste estudo, que consiste em, analisar as características comportamentais empreendedoras mais evidentes nos discentes de graduação do curso de Medicina Veterinária da UFSM, que foi contemplado, visto que se verificou que a maior média foi registrada na característica estabelecimento de metas, que para McClelland (MSI, 1990) infere que, para esses discentes, objetivos e metas são desafiantes e tem um

significado pessoal; as metas são claras, objetivas e definidas a longo prazo; as metas estabelecidas a curto prazo são mensuráveis.

Quanto aos objetivos específicos, foi possível traçar um perfil dos discentes pesquisados, sendo que a amostra era composta 211 discentes de graduação em Medicina Veterinária, destes, a maioria são mulheres, com até 23 anos e solteiras. Destaca-se ainda que, a maioria dos discentes participantes não trabalha e nunca cursou qualquer disciplina relacionada ao empreendedorismo. Em relação as características comportamentais empreendedoras diante do gênero, os homens obtiveram pontuação superior em cinco características enquanto as mulheres em quatro características. No entanto é preciso lembrar que não ocorreram diferenças expressivas de média das características e dimensões, e dentre os gêneros.

Sendo assim, foi possível verificar que os discentes possuem as dez características comportamentais empreendedoras, no entanto, as mesmas podem ser aprimoradas, visto que, constam na zona de 15 e 20 pontos e a pontuação máxima é de 25 pontos. Relacionando esse resultado ao fato de que 72% dos respondentes nunca cursaram quaisquer disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, infere-se que, apesar dos mesmos apresentarem as dez CCE's, a universidade empreendedora precisa ser desenvolvida na instituição pesquisada, quando se considera que o empreendedorismo deve permear em todos os cursos.

Os resultados obtidos demonstram êxito quanto à definição das características empreendedoras para estudo, visto que, contribuem com informações úteis para a instituição pesquisada, que poderá utilizá-las para melhor conhecimento e preparação dos discentes do Curso de Medicina Veterinária.

Uma das principais limitações do presente estudo está relacionada a resistência dos discentes quanto a responder o instrumento, por se tratar de um questionário extenso, composto por 55 assertivas.

Por fim, sugere-se a replicação da presente pesquisa em cursos de graduação em Medicina Veterinária em demais instituições de ensino, nacionais e internacionais, para que seja possível estabelecer uma comparação entre os resultados obtidos, considerando também diferenças culturais. Seria interessante também, realizar um acompanhamento longitudinal da evolução dessas características comportamentais nos indivíduos pesquisados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARON, R.A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BARROS, F. S. O.; FORTE, S. H. A. C. A análise das características empreendedoras versus premissas da escola da estratégia empreendedora: um estudo multicase no setor de alimentação. **Organizações Rurais e Agroindustriais**. v. 6, n. 2, 2004.

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, 2012.

BRANDÃO, E. A.; VASCONCELOS, G. M. R.; MUNIZ, R. M. Empreendedorismo e Racionalidade. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, 2011.

CAMARA, E. C.; ANDALÉCIO, A. M. L. Características empreendedoras: um estudo de caso com farmacêuticos utilizando o modelo de McClelland. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 3, p.64-77, 2012.

CARREIRA, S. S.; FRANZONI, A. B.; ESPER, A. J. F.; PACHECO, D. C.; GRAMKOW, F. B.; CARREIRA, M. F. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus. Revista Gestão e Tecnologia**. Florianópolis, 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.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2009.

DINIS, A.; PAÇO, A.; FERREIRA, J.; RAPOSO, M.; GOUVEIRA, R. R. Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. **Education + Training**. v. 55, n 8/9, p. 763–780, 2013.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. São Paulo, SP: Cultura Editores Associados, 1999.

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.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro, RJ, 2014.

FILHO, R. N. L; BRUNI, A. L. Metacognição estimula características empreendedoras? uma análise em profissionais de administração. **Race**, Joaçaba, v. 14, n. 2, p. 427-450, maio/ago. 2015.

GOMES, E. M. F. **A importância do planejamento para o sucesso escolar**. Universidade Federal do Tocantins – TO. 2011.

GREATTI, L.; SENHORINI, V. M. **Empreendedorismo – uma visão comportamentalista**. Anais do I EGEPE, Maringá, Paraná, 2000.

GUIMARÃES, J. C.; LIMA, M. A. M. Empreendedorismo Educacional: Reflexões para um Ensino Docente Diferenciado. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 2, p. 34-49, 2016.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

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**, v. 1, 39-44, 2014.

LOPES, K. P. S.; SILVA, D. O. Criatividade empreendedora - seria essa a âncora de um grupo de estudantes formandos? **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 4, n. 1, p. 2-16, 2014.

MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: Encontro da Anpad (EnAnpad), 32, 2008. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2008.

MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL (MSI). Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. Final Report. Submetido por Robert Young, Washington, 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.

MARTINS-SILVA, P. O.; SILVA, C. S.; SILVA JR, A. As competências dos administradores: seu processo de formação e as exigências do mercado de trabalho. Revista Contemporânea de Economia e Gestão. V. 14, v. 2, 2016.

MATTHIENSEN, A. Uso do Coeficiente Alfa de Cronbach em Avaliações por Questionários. **EMBRAPA** Boa Vista, RR, 2011.

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

MINUZZI, C. D. O.; VARGAS, K. S.; FIALHO, C. B. Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.1, 2016.

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

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

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.

SOUZA, I. M.; SANTOS, J. L. S. Empreendedorismo na Gestão Universitária. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, Três Corações, v. 11, n. 2, p. 517-526, ago./dez. 2013.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1987.

VIDAL, F. A. B.; SANTOS FILHO, J. L. **Comportamento empreendedor do gerente proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte**. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2003, Atibaia-SP. Anais... Atibaia: 2003.