

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DOS ESTUDANTES DE UM CURSO DE BACHARELADO EM GESTÃO AMBIENTAL

CHARACTERISTICS OF THE BEHAVIOR OF STUDENT ENTREPRENEURSHIP OF AN ENVIRONMENTAL MANAGEMENT COURSE

Alessandro Vasconcelos de Souza¹, Andressa Rocha Lhamby², Alex César Cavalheiro Marques³, Carloci D'Ávila Menezes Junior⁴, Débora Borges⁵

Resumo: O presente artigo objetiva analisar as características empreendedoras presentes nos discentes do curso de bacharelado em gestão ambiental da Universidade Federal do Pampa, Campus São Gabriel - RS. Foram avaliados, através de um questionário - criado por David McClelland - onde analisa-se as 10 características do empreendedor, através de um questionário com 67 questões. Concluiu-se, através dos resultados que os discentes do curso apresentam fortes fatores que confirmam as características empreendedoras destacadas pelo autor. Ainda, verificou-se que 41,56% dos estudantes possui renda familiar entre R\$ 937,00 e R\$ 1.874,00. Os estudantes do sexo feminino e masculino estão equiparados tanto nas características empreendedoras destacadas, quanto nas pretensões de trabalho após formados. Cerca de 49,35% pretendem atuar em alguma empresa como empregado, enquanto 37,66% tem intenção de empreender. A grande maioria dos discentes demonstram interesse em desenvolver seus conhecimentos com relação ao tema empreendedorismo, este fato, não só justifica este estudo, como destaca a importância da continuidade de ações no sentido de desenvolver as características empreendedoras em que os alunos são mais carentes, tornando assim, o perfil do egresso aprimorado no que trata do tema.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Características; Comportamento.

Abstract: *This objective article to analyze the entrepreneurship characteristics present in the undergraduate students of environmental management at the Federal University of Pampa, Campus São Gabriel - RS. They were evaluated through a questionnaire - created by David McClelland - where the 10 characteristics of the entrepreneurship are analyzed through a questionnaire with 67 questions. It was concluded, through the results, that the students when the course present strong factors that confirm the entrepreneurial characteristics highlighted by the author. Also, it was verified that 41.56% of the students have family income between R \$ 937.00 and R \$ 1,874.00. Female and male students are matched in both the outstanding entrepreneurial characteristics and the graduated job aspirations. About 49.35% intend to work in some company as an employee, while 37.66% intend to undertake. The vast majority of students are interested in developing their knowledge about entrepreneurship. This fact not only justifies this study, but also emphasizes the importance of the continuity of actions in order to develop the entrepreneurial characteristics in which students are most in need, therefore, the profile of the egress improved in that it deals with the theme.*

Keywords: *Entrepreneurship; Characteristics; Behavior.*

Introdução

O termo empreendedorismo, em um sentido mais amplo, é interpretado como o processo de criação de algo inovador, com algum valor, onde características como: inovação, perseverança, resiliência e liderança são fundamentais para o sucesso do indivíduo, conhecido como empreendedor. Portanto, os empreendedores possuem e buscam desenvolver algumas características em comum.

Partindo do princípio de que seria interessante verificar estas peculiaridades, o presente artigo objetiva analisar as características empreendedoras presentes nos discentes do curso de bacharelado em gestão ambiental da Universidade Federal do Pampa, Campus São Gabriel, através de um estudo, feito com acadêmicos, onde a disciplina de empreendedorismo é aplicada como componente curricular complementar de graduação. O trabalho se justifica, exatamente pelo fato de se conhecer a necessidade de analisar o comportamento empreendedor desses discentes, para que futuramente, se for o caso, sejam feitas ações de empreendedorismo mais contundentes na graduação.

O artigo se divide em algumas partes: após esta introdução, é mostrado um breve histórico sobre empreendedorismo, seguido de uma seção falando do comportamento empreendedor. Após, é mostrado um breve histórico sobre os cursos de bacharelado em gestão ambiental (o curso de interesse). Por fim, serão mostrados os resultados e as considerações finais, com suas devidas análises.

Empreendedorismo

Empreendedorismo, em uma das suas principais definições, pode ser visto como o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo assim as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). Dessa forma, ele tende a ser um sistema na qual o indivíduo cria, assume problemas e futuramente pode colher resultados satisfatórios, a fim de se ter um sucesso pessoal.

Sua origem data-se da Idade Média, com Marco Polo (um navegador), atuando como “intermediário”, que se tornou a primeira definição de empreendedor (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). Ainda na Idade Média, o termo também foi utilizado para descrição de tanto para um integrante como para um gestor de grandes projetos de produção. Conforme os autores, foi apenas no século XVII, que o empreendedorismo, através de Richard Cantillon - um economista e escritor - foi visto como uma prática onde o indivíduo empreendedor corria riscos, no tocante ao tema.

Para Dornelas (2001), o empreendedorismo é a prática de fazer algo novo, diferente, bem como a capacidade de mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

Conforme Fillion (1999), os pesquisadores tendem a perceber e definir empreendedores usando premissas de suas disciplinas, como a própria disciplina de empreendedorismo, dando um exemplo: economistas o associam à inovação; comportamentalistas se concentram nos aspectos criativo e intuitivo.

Características do Comportamento Empreendedor

Em estudos de base comportamental, David McClelland foi o que teve maior projeção para a área de empreendedorismo. O autor classifica o empreendedor, entre outros adjetivos como: confiante, perseverante, diligente, habilidoso, criativo, visionário, versátil, inteligente e perceptivo (MCCLELLAND, 1965). Os resultados de suas pesquisas revelaram que as pessoas são motivadas por três tipos de necessidades:

- Necessidade de realização pessoal (*n-Achievement*), pessoas são motivadas pela realização e pela procura. O indivíduo tem de testar seus limites e realizar um bom trabalho. Tem grande necessidade de feedback, bem como de se sentir realizado;
- Necessidade de autoridade e poder (*n-Power*), que se caracteriza principalmente pela forte preocupação em exercer o poder sobre os outros, ao apresentar grande necessidade de ser influente efetivo e de causar impacto;

- Necessidade de afiliação (*n-Affiliation*), relacionada em estabelecer, manter, ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas. A afiliação produz motivação e necessidade de os outros gostarem da pessoa, tornando-a popular. Para o autor, entre os motivos para empreender, a alta necessidade de realização (*n-Achievement*) é o mais forte dentre as três características. Esta necessidade é a primeira das necessidades identificadas dentre os empreendedores bem-sucedidos, o que os impulsionam a criarem um empreendimento. Pessoas com alta necessidade de realização procuram mudanças em suas vidas, estabelecem metas e colocam-se em situações competitivas (MCCLELLAND, 1965).

Diversos são os traços e características de personalidade que definem o perfil do empreendedor. O somatório dessas características é fundamental para se atingir o sucesso pessoal e profissional (Abreu, Abreu e Menut, 2012). David McClelland partiu da tese de que a motivação humana responde, pelo menos em parte, pelo crescimento econômico de uma nação. O Quadro 1, resume as características do comportamento empreendedor:

Quadro 1 – Características do Comportamento Empreendedor

CATEGORIA: REALIZAÇÃO	CATEGORIA: PLANEJAMENTO
<p>CCE: Busca de oportunidades e iniciativa Faz as coisas antes de solicitado, ou antes, de forçado pelas circunstâncias; Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.</p>	<p>CCE: Busca de informações Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; Consulta especialista para obter assessoria técnica ou comercial.</p>
<p>CCE: Correr riscos calculados Avalia alternativa e calcula riscos deliberadamente; Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.</p>	<p>CCE: Estabelecimento de metas Estabelece metas e objetivos que são desafiadores e que têm significado pessoal; Define metas de longo prazo, claras e específicas; Estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.</p>
<p>CCE: Persistência Age diante de um obstáculo significativo; Age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; Faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.</p>	<p>CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; Constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.</p>
<p>CCE: Exigência de qualidade e eficiência Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato; Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; Desenvolve ou utiliza</p>	<p>CATEGORIA: PODER CCE: Persuasão e redes de contato Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; Utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; Age para desenvolver e manter</p>

procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.	relações comerciais.
<p>CCE: Comprometimento</p> <p>Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos; Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; Esmera-se em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo.</p>	<p>CCE: Independência e autoconfiança</p> <p>Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.</p>

Fonte: Adaptado de McClelland (1965)

O somatório dessas características é fundamental para se atingir o sucesso pessoal e profissional (ABREU; ABREU; MENUT, 2012). David McClelland partiu da tese de que a motivação humana responde, pelo menos em parte, pelo crescimento econômico de uma nação.

O curso de Gestão Ambiental no contexto brasileiro

A formação acadêmica em gestão ambiental, seja na modalidade bacharelado, seja na modalidade tecnológica, tem sido ofertada por diversas instituições, públicas e particulares, a fim de atender uma demanda pela resolução de problemas socioambientais. De acordo com Leandro et al. (2013), o curso se configura para ser uma das respostas das universidades para a solução da crise socioambiental atual. No país existem 13 cursos de bacharelado, distribuídos em 9 unidades da federação, mais o Distrito Federal (SP, RJ, MS, GO, RN, PR, RS, RO e PA), nas 5 regiões brasileiras. Quanto à origem, o primeiro curso de bacharelado em gestão ambiental surgiu na Universidade de São Paulo – USP/ESALQ, no ano de 2002 (LEANDRO et al., 2013).

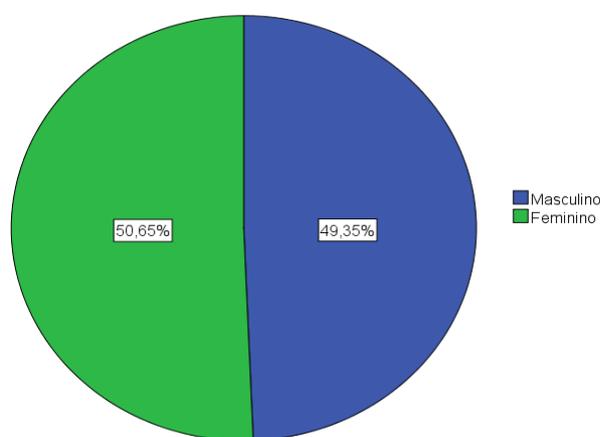
Dentre os cursos de gestão ambiental, modalidade bacharelado, está o da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, no Rio Grande do Sul, no município de São Gabriel. O principal objetivo do curso de graduação na região é preparar um profissional com formação básica em ciências ambientais e administração, além de ter formação na área socioeconômica, biológica e de manejo de recursos naturais. (UNIPAMPA, 2013). Dessa forma, o profissional bacharel formado em gestão ambiental, terá de ser capaz de resolver conflitos socioambientais e atuar na promoção do desenvolvimento regional sustentável.

O curso de gestão ambiental na universidade teve início no ano de 2006, com a sua primeira turma de egressos formando em 2010. No ano de 2013, teve a aprovação de um novo Projeto Pedagógico do Curso, fazendo diversos ajustes na matriz curricular do mesmo (UNIPAMPA, 2013). Possui disciplinas bastante variadas, indo das de exatas (como cálculo e química) às de administração, como gestão de pessoas e empreendedorismo, que por sua vez, deverá ser impulsionado desde os componentes curriculares iniciais até a finalização do curso de forma integrada e interdisciplinar (UNIPAMPA, 2013). Atualmente, são 169 acadêmicos matriculados regularmente, distribuídos nos nove semestres do curso.

Resultados obtidos

Visando a melhor identificação do perfil dos alunos ingressantes no curso em estudo, pode-se verificar com o auxílio Gráfico 1 que 50,65% dos discentes são mulheres e 49,35% são homens, o que demonstra um equilíbrio nesta variável.

Gráfico 1 - Sexo dos discentes



Fonte: Os autores, (2017).

Quadro 2 - Características do Comportamento Empreendedor - homens e mulheres

Características do Comportamento Empreendedor	Sexo	
	Masculino	Feminino
Busca de oportunidades e iniciativa	4.27	4.23
Correr riscos calculados	3.63	3.70
Persistência	3.67	3.34
Exigência de qualidade e eficiência	3.74	3.93
Comprometimento	4.05	4.11
Busca de informações	3.97	3.78
Estabelecimento de metas	3.59	3.43

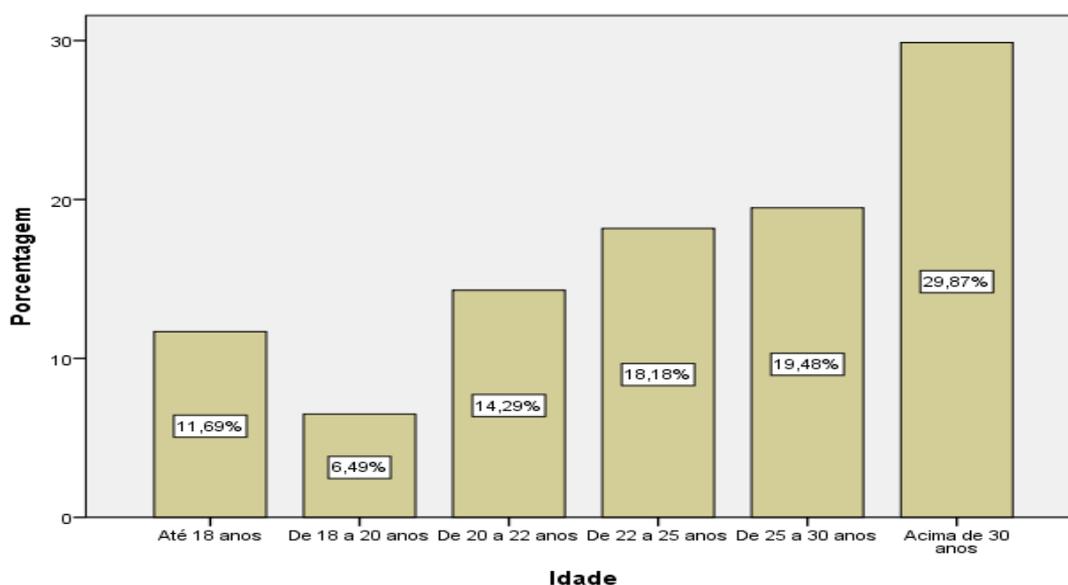
Planejamento e monitoramento sistemáticos	3.91	3.79
Persuasão e rede de contatos	3.46	3.61
Independência e autoconfiança	3.53	3.77
MÉDIA	3.67	3.77

Fonte: Os autores, (2017)

A variável de participação “sexo” dos estudantes foi equilibrada, sendo a média do sexo feminino 3,77 e do masculino 3,67. As características empreendedoras que destacam-se em ambos os sexos são: comprometimento e busca de oportunidade e iniciativa. Por outro lado, as características com menor índice são persistência para o gênero feminino e persuasão e rede contatos para o masculino.

O Gráfico 2 representa a faixa etária dos alunos do curso de Gestão Ambiental, sendo que a faixa acima de 30 anos com 29,87% apresenta maior porcentagem, o grupo com menor porcentagem é a faixa de 18 a 20 anos (11,69%).

Gráfico 2 - Faixa etária dos alunos



Fonte: Os autores, (2017).

Quadro 3 - Características do Comportamento Empreendedor - faixas etárias

Características do Comportamento Empreendedor	Idade					
	Até 18 anos	De 18 a 20 anos	De 20 a 22 anos	De 22 a 25 anos	De 25 a 30 anos	Acima de 30 anos
Busca de oportunidades e iniciativa	4.49	4.08	4.15	4.14	4.31	4.27
Correr riscos calculados	4.02	3.48	3.49	3.61	3.63	3.71
Persistência	3.64	3.68	3.55	3.50	3.31	3.53
Exigência de qualidade e eficiência	4.09	3.68	3.71	3.74	3.91	3.83
Comprometimento	4.22	3.84	3.85	3.90	4.20	4.22
Busca de informações	4.04	4.16	3.64	3.91	3.81	3.88
Estabelecimento de metas	3.51	3.72	3.35	3.64	3.35	3.56
Planejamento e monitoramento sistemáticos	3.84	3.80	3.76	3.91	3.71	3.95
Persuasão e rede de contatos	3.82	3.56	3.47	3.53	3.33	3.58
Independência e autoconfiança	3.87	3.52	3.45	3.69	3.72	3.63
MÉDIA	3.87	3.68	3.64	3.69	3.71	3.81

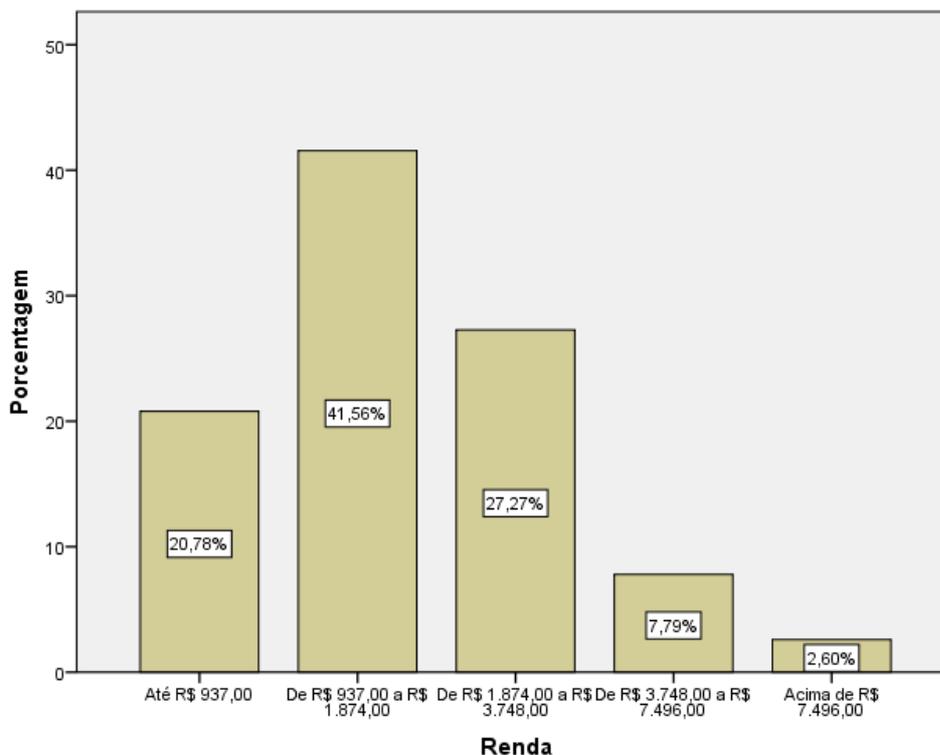
Fonte: Os autores, (2017).

Os estudantes da faixa etária até 18 anos (3.87) exibem maior característica empreendedora, seguidos pela faixa acima de 30 anos (3.81), enquanto a idade de 20 a 22 anos (3.64) possuem menor média para as características empreendedoras.

Quanto à situação socioeconômica das famílias, pode-se observar no Gráfico 3 que a distribuição da renda familiar dos respondentes se concentra nas faixas de “De R\$ 937,00 a R\$ 1.874,00” (41,56%), sendo que 89,61% de todos os alunos

pertencem a famílias com rendas menores que R\$ 3.748,00 o que demonstra valores baixos de renda média.

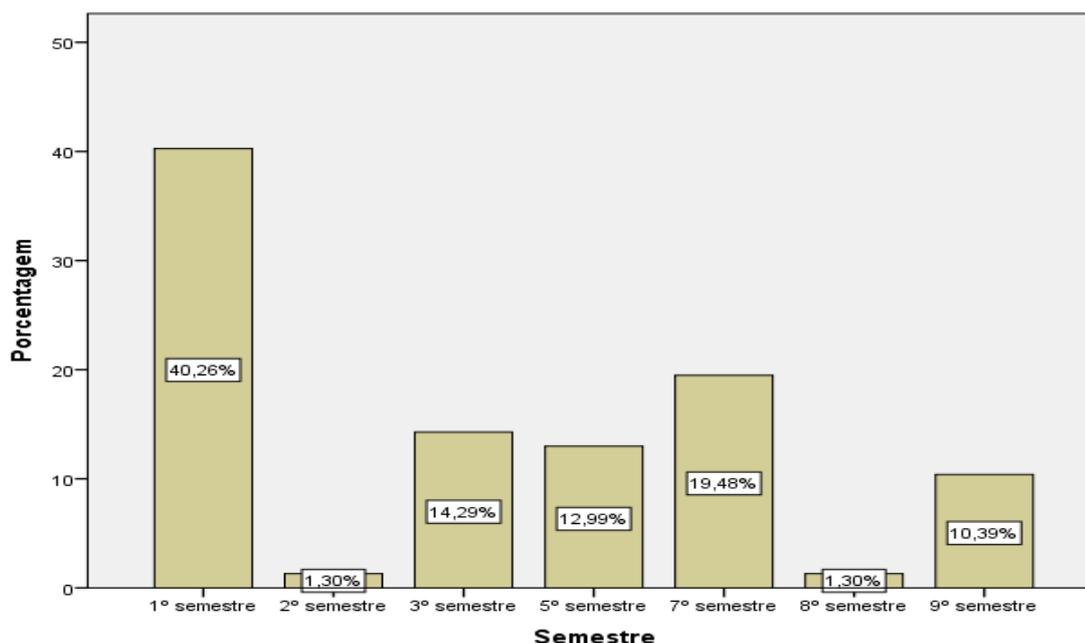
Gráfico 3 - Renda média familiar



Fonte: Os autores, (2017).

O Gráfico 4 mostra que há uma grande concentração de alunos ingressantes (40,26%) atualmente no curso de Gestão Ambiental. A coleta de dados aconteceu no primeiro semestre de 2017, que coincide com o ingresso de novos alunos. Percebe-se ainda que os demais alunos distribuem-se de formas semelhante nos semestre ímpares (3º, 5º, 7º e 9º), podemos relacionar este dado com a oferta regular de disciplinas prevista no projeto do curso. A amostra do 2º e 8º semestre não é significativa (um aluno em cada semestre), portanto foi retirada da análise do Quadro 4.

Gráfico 4 - Semestres em que os alunos estão matriculados



Fonte: Os autores, (2017).

Quadro 4 - Características do Comportamento Empreendedor - semestres do curso

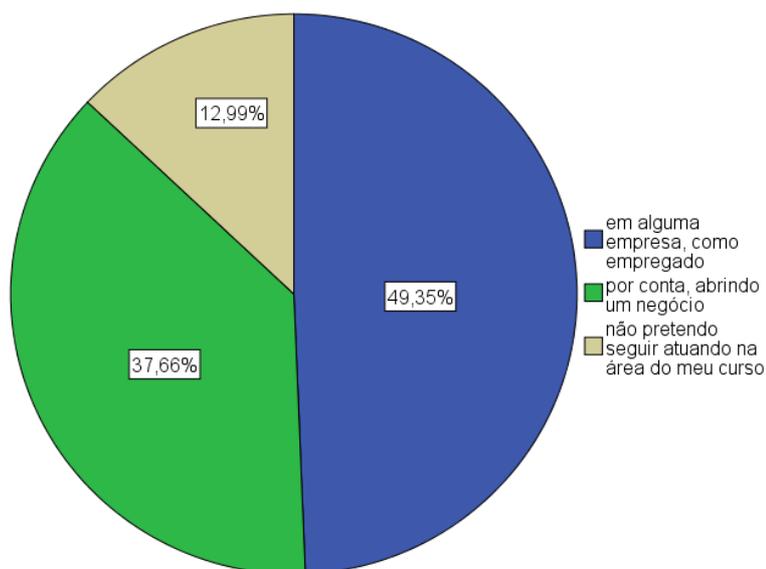
Características do Comportamento Empreendedor	Semestre				
	1º semestre	3º semestre	5º semestre	7º semestre	9º semestre
Busca de oportunidades e iniciativa	4.34	4.02	3.90	4.28	4.43
Correr riscos calculados	3.69	3.35	3.52	3.79	3.88
Persistência	3.54	3.35	3.58	3.44	3.58
Exigência de qualidade e eficiência	3.79	3.56	3.86	3.97	4.03
Comprometimento	4.13	3.85	3.86	4.08	4.35
Busca de informações	3.97	3.93	3.62	3.79	3.95
Estabelecimento de metas	3.52	3.49	3.40	3.44	3.75
Planejamento e monitoramento sistemáticos	3.88	3.84	3.64	3.85	3.95
Persuasão e rede de contatos	3.63	3.42	3.40	3.53	3.48
Independência e autoconfiança	3.65	3.62	3.66	3.51	3.90
MÉDIA	3.69	3.62	3.62	3.72	3.95

Fonte: Os autores, (2017).

É possível observar no Quadro 4 que os alunos do 9º semestre do curso apresentaram maior média de pontos (3.95) para o conjunto de características do comportamento empreendedor destacando-se a busca de oportunidades e iniciativa (4.43) e o comprometimento (4.35), esta são características que sobressaem em todos os semestres. Os semestres intermediários (3º e 5º) manifestaram menor nível de características empreendedoras com baixos índices em correr riscos calculados, persistência, estabelecimento de metas e persuasão e rede de contatos.

Buscando aprimorar o conhecimento do perfil dos alunos do curso em estudo verifica-se com auxílio do Gráfico 4 que quase metade dos entrevistados (49,35%) pretendem atuar em alguma empresa como empregado, enquanto 37,66% tem intenção de empreender e 12,99% não pretende seguir atuando na área de seu curso.

Gráfico 5 - Intenção futura de trabalho



Fonte: Os autores, (2017).

Quadro 5 - Características do Comportamento Empreendedor - Intenção futura de trabalho

Características do Comportamento Empreendedor	Após formado, pensa em trabalhar:			Média Geral
	em alguma empresa, como empregado	por conta, abrindo um negócio	não pretendo seguir atuando na área do meu curso	
Busca de oportunidades e iniciativa	4.22	4.31	4.20	4.25
Correr riscos calculados	3.60	3.67	3.92	3.67
Persistência	3.49	3.46	3.68	3.51
Exigência de qualidade e eficiência	3.77	3.82	4.12	3.83
Comprometimento	4.07	3.97	4.44	4.08
Busca de informações	3.81	3.92	3.98	3.88

Estabelecimento de metas	3.49	3.48	3.64	3.51
Planejamento e monitoramento sistemáticos	3.80	3.86	3.98	3.85
Persuasão e rede de contatos	3.48	3.57	3.66	3.54
Independência e autoconfiança	3.57	3.70	3.84	3.65
MÉDIA	3.64	3.70	3.98	3.67

Fonte: Os autores, (2017).

Nessa tabela, os estudantes que desejam ter o próprio negócio após formados apresentam maior característica empreendedora, principalmente a busca por oportunidades e informações, comprometimento, planejamento e monitoramento sistemático. A média geral mostra as características menos presentes nos estudantes do curso: persistência, estabelecimento de metas, persuasão e rede de contatos. Os resultados das médias com maior índice geral na pesquisa estão de acordo com a afirmação de David McClelland que diz que a mais forte motivação para empreender está na necessidade de realização (*n-Achievement*), aqui representadas pelas características de busca por oportunidades, iniciativa e comprometimento.

Considerações Finais

O curso de gestão ambiental apresenta fortes fatores que confirmam as características empreendedoras presentes nos estudantes. Através de um questionário com 67 questões, esse estudo foi feito com os acadêmicos e foram analisadas as características presentes nos discentes da gestão ambiental. Foi observado que a renda predominante é de R\$ 937,00 a R\$ 1.874,00 (41,56%). A maior parte dos estudantes da gestão ambiental estão na faixa etária acima de 30 anos e o sexo feminino e masculino estão equiparados em quantitativo e no nível das características do comportamento empreendedor. Com relação às pretensões após formados cerca de 49,35% pretendem atuar em alguma empresa como empregado, enquanto 37,66% tem intenção de empreender. Este trabalho teve como limitação o pequeno número de estudantes no Curso pesquisado. Sugere-se então novas pesquisas com cursos de outras Universidades. Também seria um ganho imensurável quanto ao conhecimento, futuramente dar continuidades com disciplinas no Campus que incentivem e desenvolvam o empreendedorismo com os estudantes, e também trabalhos e projetos ativos na área.

Referências

ABREU, N. R. DE; ABREU, H. J. L. F. M.; MENUT, A. Z. C. **Propensão dos estudantes africanos da UFAL ao empreendedorismo**. Revista de Negócios, v. 17, n. 4, p. 3–17, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2 ed, Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FILLION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abril/junho 1999.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LEANDRO, L. A. L. et al. **Os Cursos de Bacharelado em Gestão Ambiental Brasileiros** : Um Estudo Exploratório Preliminar das Matrizes Curriculares. IV Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental, p. 1–18, nov. 2013.

MCCLELLAND, D. C. **N-Achievement and Entrepreneurship: a Longitudinal Study**. Journal of Personality and Social Psychology, v. 1, n. 4, p. 389–392, 1965.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA. **Projeto Político Pedagógico – PPC Gestão Ambiental**. São Gabriel: UNIPAMPA, 2013.