

Lucas Silva de Amorim – Aluno de administração da UFAL

Lílian Gabriela Pontes Rolim – Aluna de administração da UFAL

Prof. Dr. Anderson de Barros Dantas – UFAL

Prof. Dr. Araken Oliveira – UFAL

**EFICÁCIA NA FORMAÇÃO DA PERCEPÇÃO DA CAPACIDADE  
EMPREENDEDORA DOS EGRESSOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**

**RESUMO**

Este trabalho possui como objetivo analisar a eficácia na formação dos egressos do curso de administração da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Para isso foram levantados, via questionário, o perfil empreendedor dos alunos em três categorias distintas a saber: ingressantes, concluintes e egressos. Foi aplicado o mesmo instrumento nas três categorias entre janeiro e junho de 2019. O instrumento baseado no estudo de NASCIMENTO JR (2005), foi dividido em duas partes: a) levantamento do perfil sociodemográfico, com 08 perguntas e b) levantamento da capacidade empreendedora com 06 dimensões (capacidade de decisão, capacidade de planejamento, tenacidade, criatividade, iniciativa e autoconfiança) e 26 afirmativas. Na primeira parte do instrumento as respostas se deram em escalas fechadas, enquanto na segunda parte as respostas foram medidas por uma escala do tipo likert de 05 pontos. Obteve-se um total de 202 respondentes dentre os quais 78 ingressantes, 92 concluintes e 32 egressos. Testes estatísticos para a diferença entre duas médias foram aplicados entre os grupos e com base nos resultados alcançados pode-se concluir que as médias das 06 dimensões é maior entre os egressos quando comparadas aos demais grupos (ingressantes e concluintes), além disso, ainda de acordo com os resultados dos testes obtidos, praticamente não há diferenças estatísticas significantes entre as médias dos grupos, no entanto em relação a dimensão de autoconfiança, pode-se afirmar que a média dos egressos é estatisticamente significativa em relação à média dos concluintes.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo. Perfil empreendedor. UFAL.

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedor é uma pessoa destemida que assume riscos, é uma pessoa que deve ter criatividade e ser capaz de identificar oportunidades no mundo dos negócios, empreender é um processo lento e difícil e requer uma análise minuciosa dos riscos e benefícios do processo de empreender. De acordo com o SEBRAE (2018), 01 a cada 04 empresas fecha em menos de dois anos após a sua abertura, dentre os fatores que levam essas empresas a falência estão a falta de planejamento financeiro e a falta de planejamento e execução de ações de marketing, principalmente as que envolvem o meio digital.

Segundo uma pesquisa realizada pelo GEM (2019), o Brasil é uma das nações mais empreendedoras de todo o mundo, com uma população empreendedora composta por mais de 52 milhões de brasileiros que cresce a cada ano. Quando comparado ao demais países do BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), o Brasil possui a maior taxa de empreendedorismo por habitante, enquanto que com apenas 8,6% da população empreendedora de seu país, a Rússia está em último lugar.

Esse percentual de brasileiros que possuem o próprio negócio poderia ser maior, porém a excessiva burocracia para abrir um negócio no Brasil dificulta a entrada de micro e pequenos empreendedores no mercado de trabalho. Lançado em 2002, o projeto Doing Business<sup>1</sup> examina as pequenas e médias empresas nacionais e analisa as regulamentações aplicadas a elas durante o seu ciclo de vida, no mais recente relatório feito em 2017 foi constatado que em relação à facilidade em abrir uma empresa o Brasil ocupa a 175ª posição em um ranking de 190 países, além disso o relatório, também, aponta que o tempo médio para abertura de um negócio no Brasil é de 79,5 dias e são necessários 11 procedimentos. Em termos comparativos com a Nova Zelândia, líder do ranking mundial, é preciso cerca de 12 horas e apenas 1 procedimento para a abertura de um novo negócio no país.

Com o aumento da população brasileira empreendedora, cada vez mais o empreendedorismo vem sendo disseminado dentro da sala de aula das Universidades do Brasil, principalmente nos cursos de administração, as instituições de ensino superior precisam pensar fora da caixa, ou seja, não se limitar ao ensino teórico em sala de aula, é preciso criar programas de incentivo à cultura empreendedora. Nesse sentido, o curso de administração da UFAL, de acordo com sua grade curricular, incentiva o empreendedorismo

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://osayk.com.br/tempo-abrir-empresa-rio-sao-paulo/>> Acesso em 20 de dezembro de 2019.

dentro e fora da sala de aula de forma a buscar novos meios de apoiar a formação de empreendedores.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesse capítulo estará o referencial teórico deste trabalho. Nele serão apresentados alguns conceitos de empreendedorismo, educação empreendedora, perfil empreendedor e características empreendedoras

### **2.1 Empreendedorismo**

De acordo com CHIAVENATO (2012), o termo “empreendedor” foi usado pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, que afirmava que o empreendedor é uma pessoa que corre riscos. A partir disso, SCHUMPETER (1950) afirma que um empreendedor é uma pessoa que deseja e é capaz de converter uma nova ideia ou invenção em uma inovação bem-sucedida, buscando sempre introduzir novos serviços e/ou produtos no mercado.

Acredita-se que manifestações empreendedoras remontam às práticas mercantis, como as dos fenícios e árabes, as quais proporcionaram o crescimento e desenvolvimento econômico da maioria dos continentes civilizados (DUTRA E PREVIDELLI, 2003). Ao longo dos anos diversos autores contribuíram para a difusão de conceitos ligados ao empreendedorismo, como pode ser visto no quadro abaixo.

De acordo com SHANE e BARON (2010), o empreendedorismo é uma área de estudo de negócios, buscando entender como as oportunidades para criar novos produtos e/ou serviços surgem e são descobertas ou criadas por determinadas pessoas, além disso empreendedores precisam ter uma visão de negócio à longo prazo, buscando flexibilização ao mercado e assim minimizar os riscos.

Segundo DORNELAS (2008, p. 2), “o empreendedor precisa ficar atento ao ambiente de negócios, que ainda não é do mais convidativos no Brasil”. Tal afirmação se refere ao planejamento financeiro e ao massivo processo burocrático que os empreendedores brasileiros enfrentam para abrir e manter seus negócios, além disso a afirmação de Dornelas reflete, também, os dias de hoje, pois o processo burocrático para abrir uma empresa no Brasil ainda permanece engessado e atualmente o país passa por uma crise econômica que acaba afastando, principalmente, os micro e pequenos empreendedores.

Embora a crise econômica e a burocracia no Brasil sejam agentes desmotivadores para aqueles que querem começar o seu próprio negócio, o número de empreendedores está aumentando a cada ano. A partir disso, BORGES JR (2017) afirma que, no Brasil, existe um mundo de oportunidades de novos negócios, tanto no setor de serviços quanto no setor de produtos, além disso há, também, uma economia ativa e dinâmica no país.

De acordo com HISRICH, PETERS e SHEPERD (2010), muitas pessoas confundem a natureza do inventor com a do empreendedor. Embora ambos tenham algumas características semelhantes (assumir riscos, criatividade) o inventor é alguém que se apaixona pela a invenção e apenas de forma relutante a modificará para torná-la mais viável comercialmente,

enquanto que o empreendedor se apaixona pela organização e faz de tudo para garantir o seu crescimento.

Nessa mesma linha, SOUZA e SANTOS (2015) compartilham a ideia de que o empreendedor é alguém que toma a iniciativa e possui visão para enxergar oportunidades no mercado, agindo sempre para se manter motivado em garantir a sobrevivência do empreendimento.

## **2.2 Empreendedorismo nas instituições de ensino superior**

De acordo com Hashimoto (2017), a crescente competitividade no mercado de trabalho e as exigências cada vez mais rígidas em termos de conhecimento, capacitação e experiência no mercado fazem com que os empreendedores passem por dificuldades no atual cenário econômico mundial.

Diante de um cenário econômico cheio de incertezas, as universidades surgem como uma espécie de instituição de apoio para o incentivo às práticas empreendedoras, principalmente em cursos que possuem o empreendedorismo como foco do projeto pedagógico. Atualmente, não há uma unanimidade entre as instituições de ensino superior sobre qual seria a melhor maneira de abordar e incentivar o comportamento empreendedor dos alunos.

No entanto, a educação empreendedora nas IFES (instituições federais de ensino superior) abriu novas perspectivas de ensino dentro das universidades, ampliando a forma pelo qual o empreendedorismo pode ser estudado e aplicado no meio acadêmico e, principalmente, no mercado.

Nos dias de hoje o empreendedorismo está presente no contexto acadêmico visando a capacitação do discente em desenvolver competências para atender as necessidades e mudanças na criação e implementação de novos negócios. (SAES, 2018, p. 75)

É preciso destacar que a educação empreendedora nas IFES do Brasil começou de forma bastante tímida e somente na década de 90 a “onda do empreendedorismo” ganhou destaque no país. De acordo com CARDOSO (2017), no campo da educação no ensino superior as iniciativas de empreendedorismo começaram no Brasil em 1981 com a primeira disciplina de criação de negócios. Somente na década de 90 as ações que fomentaram o empreendedorismo na educação passaram a se intensificar.

Um outro estudo realizado por SILVA et al. (2017) no curso de administração da UFF (Universidade Federal Fluminense) apontou que o ambiente virtual, materiais didáticos e as práticas pedagógicas precisam estar em constante revisão para estarem de acordo com as mudanças no mundo empresarial, procurando, dessa forma, desenvolver habilidades de empatia e comunicação entre os alunos, pois essas características são essenciais para qualquer empreendedor. Além disso a criatividade dos alunos precisa ser incentivada para que possam buscar soluções inovadoras e levá-las ao mundo dos negócios.

De acordo com os estudos de SILVA, LIMA e FIRMINO (2015), as universidades de Stanford, Pernambuco e o INSPER (instituto de ensino e pesquisa) possuem programas

pioneiros com relação ao incentivo de práticas empreendedoras dentro e fora da sala de aula. Os programas oferecidos por essas instituições de ensino são referência nacionalmente e internacionalmente, pois buscam disseminar o empreendedorismo de uma forma sustentável, buscando encontrar os motivos que inibem e incentivam a criatividade, autoconfiança e capacidade de decisão. Além disso, os programas dessas universidades visam a capacitação não só dos alunos, mas também do corpo docente, através de treinamentos e cursos online.

A importância do apoio acadêmico para a disseminação da cultura empreendedora enfatiza que o empreendedorismo na vida acadêmica vai muito além do que uma simples disciplina. Vale ressaltar que os professores possuem papel essencial na educação empreendedora dos alunos, pois são eles quem orientam e incentivam o comportamento empreendedor dentro e fora de aula com o objetivo de tornar de torná-los profissionais diferenciados, capazes de enfrentar as adversidades presentes no mercado.

Nessa mesma linha de raciocínio, MENDES (p. 30, 2011) afirma que o empreendedorismo deveria ser tratado não como uma disciplina autônoma, mas integrada nas restantes, uma vez que existem muitas questões inerentes a outros campos de investigação que são centrais no seu estudo.

### 2.3 Perfil e características empreendedoras

De acordo com CHIAVENATO (2008), o empreendedor consegue fazer as coisas acontecerem por ser dotado de sensibilidade para os negócios, autocontrole e perspicácia financeira, além da capacidade de identificar e aproveitar oportunidades, o empreendedor possui o talento de transformar ideias em realidade para benefício próprio e para o benefício da sociedade.

Em seus estudos, CHÉR (2008) afirma que cada vez mais as pessoas estão buscando o empreendedorismo como meio de sustento próprio e/ou renda complementar. Com base nisso, o **Quadro 03** demonstra o resultado dos estudos realizados por CHÉR (2008), que tinham como objetivo classificar o surgimento de ideias empreendedoras, a grande maioria das pessoas que empreendem tiveram uma ideia de negócio a partir de um produto/serviço pré-existente no mercado, vale ressaltar que grande parte dessas ideias visam algum tipo de melhoria incremental nos produtos/serviços oferecidos.

Quadro 01 - Surgimento de ideias empreendedoras

71% - Cópia ou modificação de uma ideia encontrada em um emprego anterior
20% - Descobertas ao acaso
5% - Descobertas na onda da revolução TI
4% - Pesquisa sistemática em busca de oportunidade

Fonte: CHÉR (2008)

A partir disso, Lautenschläger & Haase (2014) afirmam que as características do empreendedor ilustram que os atributos decisivos não se baseiam em seu conhecimento especializado sobre como iniciar um negócio, mas nas habilidades que o empreendedor possui para atrair recursos para desenvolver suas ideias e atingir seus objetivos. Nesse sentido, Freitas e Rocha (2014) afirmam que o empreendedorismo deve ser visto como um fenômeno de ação que exige do empreendedor um protagonismo que faça com que os processos que movem uma empresa sejam comandados por ele.

Nessa mesma linha, Lorentz (2015) afirma que o indivíduo que apresenta comportamento empreendedor manifesta uma série de características que o identifica, caracterizando-o de acordo com o conjunto de habilidades e motivações pessoais que mais se aproxima da sua forma de ser. No entanto, não há um consenso na literatura entre todos os autores que estudam o fenômeno do empreendedorismo sobre quais características empreendedoras são essenciais para um empreendedor de sucesso.

### **3 METODOLOGIA**

A pesquisa possui natureza aplicada e quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória. A pesquisa exploratória possui a finalidade de estudar um tema pouco explorado, com a finalidade de levantar novos questionamentos e soluções acerca do objeto de estudo.

Além disso a pesquisa possui abordagem quantitativa, utilizando-se de dados matemáticos para a elucidação dos objetivos do tema estudado.

A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. (FONSECA, 2002, p. 20)

A classificação das técnicas de coleta de dados se deu por meio de uma pesquisa bibliográfica. De acordo com ALYRIO (2009) a pesquisa bibliográfica é o fundamento que ampara todo o plano de investigação, pois é através desse referencial teórico que o investigador se atualiza sobre o assunto indicado e aumenta seus conhecimentos teórico e intelectual. Destaca-se que a pesquisa deve induzir a uma abordagem reflexiva e crítica sobre o assunto estudado.

#### **3.1 Área do estudo**

O empreendedorismo local está ligado diretamente com o desenvolvimento econômico do estado de Alagoas. A Universidade Federal de Alagoas foi o local escolhido para a aplicação da pesquisa devido ao fato de que o curso de administração da universidade possui o projeto pedagógico voltado para o incentivo ao empreendedorismo.

### **3.2 População**

A população do estudo são todos alunos regularmente matriculados no curso de administração da UFAL e os egressos do curso de administração da UFAL.

### **3.3 Amostra**

A amostra realizada foi por conveniência, foram abordados cerca de 400 indivíduos dos quais 202 responderam à pesquisa, desse total de respondentes 28 são ingressantes, 98 são concluintes e 32 são egressos. Os participantes que deixaram alguma questão em branco ou que responderam a mesma alternativa para todas as questões da segunda parte do questionário foram excluídos da pesquisa.

### **3.4 Processo de levantamento dos dados**

O processo de levantamento dos dados foi feito via questionário, para isso foram levantados o perfil empreendedor dos alunos em três categorias distintas a saber: ingressantes, concluintes e egressos. Foi aplicado o mesmo instrumento nas três categorias entre janeiro e junho de 2019. O instrumento baseado no estudo de NASCIMENTO JR (2005), foi dividido em duas partes: a) levantamento do perfil sociodemográfico, com 08 perguntas e b) levantamento da capacidade empreendedora com 06 dimensões (capacidade de decisão, capacidade de planejamento, tenacidade, criatividade, iniciativa e autoconfiança) e 26 afirmativas. Na primeira parte do instrumento as respostas se deram em escalas fechadas, enquanto na segunda parte as respostas foram medidas por uma escala do tipo likert de 05 pontos, no qual o primeiro ponto representava discordância total com a afirmação em evidência e o último indicava concordância total com a mesma.

### **3.5 Processo de tratamento dos dados**

A pesquisa realizou Testes para calcular as médias e os desvios – padrões dos grupos 03 grupos, além disso foram realizados testes Z de duas amostras para médias com a finalidade de provar se as médias entre os grupos tinham desempenhos estatisticamente significantes entre si.

Além disso, foi realizado o Teste Kolmogorov-Smirnov para provar se os dados coletados fazem parte de uma distribuição normal.

Os dados levantados foram analisados com a ajuda de softwares como o pacote office 2017 e o SPSS para posteriormente serem discutidos no tópico de resultados.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Nesse capítulo foram analisados os resultados da pesquisa aplicada aos alunos do curso de administração da UFAL e os egressos do mesmo curso. Os resultados estão divididos em duas etapas de acordo com o questionário aplicado, conforme o **Anexo 01**.

#### 4.1 Descrição da amostra

O instrumento de coleta de dados foi aplicado com 170 alunos do curso de administração da UFAL, os resultados da pesquisa demonstram que 57,1% dos alunos entrevistados são do gênero masculino, enquanto que 42,9% são do gênero feminino.

Cerca de 47,6% possuem idade entre 19 a 23 anos, 30,6% têm entre 24 a 30 anos e pelo menos 59,4% dos alunos possuem renda familiar mensal entre 2 a 05 salários mínimos e outros 25,3% têm renda mensal de até 01 salário mínimo, além disso a pesquisa ressalta que 58,2% dos alunos entrevistados afirmam ter escolhido o curso de administração como prioridade entre os cursos de ensino de nível superior ofertados pela universidade.

Em relação aos egressos, foram entrevistados 32 ex-alunos que concluíram o curso de administração na UFAL, 59,4% são do gênero masculino e 40,6% são do gênero feminino. Destaca-se que 46,9% dos entrevistados possuem idade entre 21 a 25 anos e 37,5% têm entre 26 a 30 anos. Cerca de 25% dos entrevistados concluíram a graduação em 2019, enquanto que 21,9% concluíram em 2018 e 15,6% no ano de 2017.

Além disso, 68,8% dos entrevistados possuem renda familiar mensal entre 2 a 5 salários mínimos e 15,6% têm renda familiar mensal entre 06 a 10 salários mínimos, por fim, 65,6% afirmam ter escolhido o curso de administração como prioridade entre os cursos de ensino de nível superior ofertados pela universidade.

#### 4.2 Análise do perfil empreendedor dos alunos e egressos

A segunda parte do questionário da pesquisa visou identificar o nível de desenvolvimento dos alunos em relação a algumas das principais características comportamentais empreendedoras, sendo elas: capacidade de decisão, capacidade de planejamento, tenacidade, criatividade, iniciativa e autoconfiança.

##### 4.2.1 Capacidade de decisão

A **Tabela 01** representa o nível de capacidade de decisão dos entrevistados. O processo de tomada de decisão pode ser lento ou rápido, seja na vida pessoal ou profissional o empreendedor deve fazer o possível para diminuir os riscos e alcançar os resultados almejados.

Tabela 01 - Capacidade de decisão							
Constructo de origem	Variável	Média (Ingressantes)	Desvio padrão (Ingressantes)	Média (Concluintes)	Desvio padrão (Concluintes)	Média (Egressos)	Desvio padrão (Egressos)
CD1	Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.	3,99	0,76	4,02	0,74	4,34	0,6
CD2	Tomo decisões sem perda de tempo.	3,45	0,88	3,46	0,87	3,53	0,84
CD3	rapidamente. Em geral minha decisão mostra-se correta.	3,61	0,86	3,61	0,85	3,84	0,81
CD4	Se for necessário decidir, eu decido e não me arrependo depois.	3,46	0,94	3,45	0,93	3,68	1

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na **Tabela 01**, pode-se inferir que as médias dos grupos em relação aos os constructos de origem CD1, CD2 e CD3 vão crescendo conforme o tempo de graduação. Porém, em relação ao constructo de origem CD4, há uma leve diminuição da média dos concluintes em relação à média dos ingressantes, já a média dos egressos é superior aos demais grupos.

#### 4.2.2 Capacidade de planejamento

A **Tabela 02** representa o nível de capacidade de planejamento dos entrevistados, planejar com antecedência as etapas de uma atividade pode diminuir riscos e aumentar a chance de sucesso do objetivo planejado. Conforme a tabela abaixo, pode-se observar que o constructo de origem “Quando começo uma tarefa ou um projeto, colete todas as informações que vou necessitar dispor” possui uma maior média entre os concluintes (4,07) quando comparada com a média dos ingressantes e egressos com 4,06 e 3,97 cada um respectivamente.

Tabela 02 - Capacidade de planejamento							
Constructo de origem	Variável	Média (Ingressantes)	Desvio padrão (Ingressantes)	Média (Concluintes)	Desvio padrão (Concluintes)	Média (Egressos)	Desvio padrão (Egressos)
CP1	Quando começo uma tarefa ou um projeto, colete todas as informações que vou necessitar dispor.	4,06	0,87	4,07	0,87	3,97	1,12
CP2	Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.	3,81	0,94	3,81	0,95	4,09	1,03
CP3	Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.	4,02	0,93	4,02	0,95	4,22	0,87
CP4	Planejo dividindo tarefas de grande porte em sub-áreas e com prazos definidos.	3,50	0,97	3,48	0,97	3,84	1,02

Fonte: Dados da pesquisa

#### 4.2.3 Tenacidade

A **Tabela 03** representa o nível de pontuação médio de tenacidade dos entrevistados, a tenacidade surge como uma característica absolutamente necessária em um empreendedor de sucesso, ela corresponde ao comprometimento e determinação do empreendedor em realizar seus objetivos e metas.

Tabela 03 - Tenacidade							
Constructo de origem	Variável	Média (Ingressantes)	Desvio padrão (Ingressantes)	Média (Concluintes)	Desvio padrão (Concluintes)	Média (Egressos)	Desvio padrão (Egressos)
TE1	Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.	4,39	0,76	4,4	0,74	4,38	0,75
TE2	Se algo se interpõe entre o que estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.	3,95	0,74	3,92	0,75	3,72	0,77
TE3	Insisto várias vezes até conseguir que as pessoas façam o que desejo.	3,47	1,02	3,43	1,06	3,28	1,08
TE4	Se determinado método para resolver um problema não der certo, recorro a outro.	4,3	0,76	4,31	0,76	4,22	0,75
TE5	objetivos.	4,29	0,75	4,27	0,74	4,41	0,84

Fonte: Dados da pesquisa

Ainda de acordo com a **Tabela 03**, pode-se inferir que a partir do constructo de origem TE1 até o constructo TE4, a média dos egressos é a menor entre os 03 grupos que participaram da pesquisa, com base nisso, pode-se afirmar que o grupo dos egressos possui características comportamentais empreendedoras de menor comprometimento e determinação quanto aos objetivos profissionais.

#### 4.2.4 Criatividade

A **Tabela 04** representa o nível de criatividade dos participantes, vale lembrar que a criatividade está ligada ao processo de inovação e solução de problemas, logo é uma característica comportamental indispensável para qualquer empreendedor.

Tabela 04 - Criatividade							
Constructo de origem	Variável	Média (Ingressantes)	Desvio padrão (Ingressantes)	Média (Concluintes)	Desvio padrão (Concluintes)	Média (Egressos)	Desvio padrão (Egressos)
CR1	Sempre encontro maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato.	4,1	0,85	4,11	0,74	4,16	0,77
CR2	Gosto de imaginar maneiras criativas e inovadoras de fazer as coisas.	3,83	0,99	3,84	0,75	3,88	1,01
CR3	Sempre procuro imaginar e criar uma vantagem a mais no meu serviço ou produto.	3,87	0,94	3,85	1,06	3,91	0,82
CR4	Na minha empresa procuro sempre criar produtos ou serviços a partir do que já existe.	3,3	1,06	3,37	0,76	2,84	1,44

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na **Tabela 04**, pode-se inferir que as médias dos constructos CR1, CR2, CR3 vão aumentando conforme o tempo de graduação, sendo a média dos egressos maiores do que as médias dos demais grupos. No entanto, em relação ao constructo CR4 a média dos egressos foi a menor entre os grupos.

#### 4.2.5 Iniciativa

A **Tabela 05** representa as variáveis relacionadas à iniciativa, observa-se que, em geral, as médias são as menores se comparadas com os demais fatores analisados. Cabe ao

conselho do curso de administração da universidade elaborar planos de acompanhamento e avaliação dos alunos que visem melhorar questões relacionadas à iniciativa e pró-atividade.

Constructo de origem	Variável	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão
		(Ingressantes)	(Ingressantes)	(Concluintes)	(Concluintes)	(Egressos)	(Egressos)
IN1	Faço coisas antes de ser solicitado ou ser forçado pelas circunstâncias.	3,68	0,9	3,37	0,9	3,91	0,86
IN2	Aproveito oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.	2,91	1,1	3,67	1,12	3,03	1,09
IN3	Insisto várias vezes até conseguir que as pessoas façam o que desejo.	2,93	1,21	2,89	1,25	2,97	1,23
IN4	Se determinado método para resolver um problema não der certo, recorro a outro.	3,08	1,12	2,96	1,13	3,13	1,18

Fonte: Dados da pesquisa

#### 4.2.6 Autoconfiança

Essa pesquisa considera a autoconfiança como um dos fatores mais importantes para os empreendedores terem sucesso, ela reflete diretamente na tomada de decisão, pois a autoconfiança é a capacidade que o empreendedor tem de ter firmeza nas suas escolhas e pode facilmente ser percebida por todos à sua volta. Com base nisso, a **Tabela 06** aponta que a média de autoconfiança nos constructos de origem AC1, AC2, AC4 e AC5 está crescendo entre os grupos conforme o tempo de graduação.

Constructo de origem	Variável	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão
		(Ingressantes)	(Ingressantes)	(Concluintes)	(Concluintes)	(Egressos)	(Egressos)
AC1	Mesmo quanto estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança.	3,77	0,97	3,78	0,97	3,69	0,78
AC2	Acredito que posso ser bem sucedido em qualquer atividade que me proponha a executar.	3,95	0,97	3,96	0,97	4,28	0,73
AC3	Tenho certeza que posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.	3,32	0,9	3,28	0,93	3,75	0,95
AC4	Mantenho-me firme em minhas opiniões, mesmo quando outras pessoas a elas se opõem energicamente.	3,8	0,95	3,8	0,94	3,88	0,87
AC5	Sempre acredito na minha capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.	4,12	0,93	4,12	0,93	4,28	0,81

Fonte: Dados da pesquisa

#### 4.2.7 Média e desvio padrão geral

A **Tabela 07** representa a média e desvio padrão geral de cada fator, pode-se inferir que a média global (média final dos 06 fatores) cresce entre os grupos. Os ingressantes possuem uma média global de 3,71, enquanto que os concluintes possuem uma média global de 3,72 e os egressos uma média global de 3,81, os resultados, também, mostram que nenhum

dos grupos estudados obteve uma média geral menor que 3, ou seja, o curso de administração da UFAL tem conseguido trabalhar e desenvolver as características comportamentais empreendedoras estudadas neste trabalho.

Constructos de origem	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão
	(Ingressantes)	(Ingressantes)	(Concluintes)	(Concluintes)	(Egressos)	(Egressos)
Capacidade de decisão	3,63	0,86	3,64	0,85	3,85	0,81
Capacidade de planejamento	3,85	0,93	3,85	0,94	4,03	1,01
Tenacidade	4,08	0,81	4,01	0,81	4,01	0,84
Criatividade	3,78	0,96	3,79	0,83	3,7	1,01
Iniciativa	3,15	1,08	3,22	1,1	3,26	1,09
Autoconfiança	3,79	0,94	3,79	0,95	3,98	0,83
Média global	<b>3,71</b>		<b>3,72</b>		<b>3,81</b>	

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na **Tabela 07**, que a média global das características empreendedoras estudadas aumenta conforme o tempo de graduação, ou seja, o curso está impulsionando as características empreendedoras nos alunos e está no caminho certo para formar empreendedores.

#### 4.2.8 Testes Z de duas amostras para médias

A **Tabela 08** representa os testes Z de duas amostras para média, esse tipo de teste possui a finalidade de demonstrar se há correlação entre duas variáveis entre dois grupos distintos para saber se há diferenças estatisticamente significativas entre duas variáveis, o P-value precisa obter um valor  $\leq 0,05$ .

Com base nisso, foram realizados os testes de cruzamento entre as médias dos fatores para 2 grupos diferentes, na primeira coluna de testes estão os testes Z realizados a partir das médias entre ingressantes e concluintes, na segunda coluna estão os testes entre os ingressantes e egressos e na última coluna estão os testes entre concluintes e egressos.

Médias	Ingressantes- Concluintes	Ingressantes – Egressos	Concluintes – Egressos
	(P-value)	(P-value)	(P-value)
Capacidade de decisão	0,7264	0,1289	0,0722
Capacidade de planejamento	0,2208	0,5665	0,7312
Tenacidade	0,8446	0,5748	0,6537
Criatividade	0,1099	0,9873	0,2456
Iniciativa	0,7371	0,5983	0,4069

Autoconfiança	0,216	0,3746	0,0454
---------------	-------	--------	--------

Fonte: Dados da pesquisa

Pode-se observar, com base na **Tabela 08**, que quase todos os testes obtiveram um P-value maior que 0,05, ou seja, a diferença entre as médias dos grupos não é estatisticamente significativa, não é possível concluir se o curso forma, ou não, alunos com perfil empreendedor.

No entanto, pode-se observar que a Autoconfiança entre os grupos de concluintes e egressos obteve um p-valor menor que 0,05, neste caso pode-se afirmar que há uma diferença estatística significativa entre as médias desses grupos, ou seja, há uma percepção que, estatisticamente, houve uma melhora das características comportamentais empreendedoras relacionadas a autoconfiança do grupo de egressos em relação aos concluintes.

#### 4.2.9 Teste Kolmogorov-Smirnov

Por fim, foi realizado o teste de Kolmogorov-Smirnov, trata-se de um teste de hipótese que possui a finalidade de testar a normalidade dos dados estudados neste trabalho. Para a realização dos testes, foram utilizados os dados que representam as médias dos grupos da **Tabela 07**, um nível de confiança de 95% e um nível significância de 0,05.

Grupos	Kolmogorov-Smirnov calculado	Kolmogorov-Smirnov tabelado	Conclusão
Ingressantes	0,2594	0,5192	Aceita-se a Hipótese nula
Concluintes	0,2733	0,5192	Aceita-se a Hipótese nula
Egressos	0,2274	0,5192	Aceita-se a Hipótese nula

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na **Tabela 09**, pode-se inferir que o valor calculado do teste de Kolmogorov-Smirnov é menor que o valor tabelado para todos os grupos, ou seja, há evidências suficientes a um nível de confiança de 95% e um nível de significância de 0,05 de que a hipótese de que os dados utilizados neste trabalho fazem parte de uma distribuição normal é verdadeira.

## 5. CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo fazer o levantamento e comparar o perfil empreendedor dos alunos e egressos do curso de administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da UFAL, foram realizados testes com as médias e desvios padrão para fazer inferência de igualdade ou diferença entre os grupos escolhidos (ingressantes, concluintes e egressos). A partir dos testes realizados, observa-se que o fator de Iniciativa obteve a menor média entre os ingressantes, concluintes e egressos, enquanto que o fator de tenacidade obteve as maiores médias em todos os grupos.

Além disso, pode-se inferir que não houve diferença estatisticamente significativa entre ingressantes, concluintes e egressos em relação a muitas das características que a literatura atribui como dimensões importante ao comportamento empreendedor, exceto no constructo de origem “Autoconfiança” entre concluintes e egressos, porém encoraja-se que cada vez mais o curso aborde, em suas disciplinas, de forma prática, o comportamento empreendedor.

Entre os fatores possíveis para esse resultado, uma das hipóteses é que embora o projeto pedagógico do curso esteja voltado para a formação empreendedora dos alunos, nem todos possuem perfil ou pretendem empreender. Além disso, o fator da economia Alagoana estar passando por dificuldades e a falta de instituições de apoio e oportunidades no mercado têm impacto na escolha dos alunos em empreender ou não.

No entanto, com base nos resultados discutidos, pode-se concluir que às médias dos grupos em relação aos 06 constructos de origem aumenta conforme o tempo de graduação.

Por fim, recomenda-se que a UFAL e o colegiado do curso de administração continuem criando mecanismos de apoio ao empreendedorismo dentro e fora da sala de aula, buscando melhorar a capacitação acadêmica e profissional de seus alunos.

## 6. REFERÊNCIAS

ALYRIO, Rovigati. **Métodos e técnicas de pesquisa em administração**. Rio de Janeiro. 2009.

BECKER; Rúbica, DREWS; Gustavo. **Práticas de docência orientadas para a inovação e empreendedorismo: análise sobre as práticas e perspectivas dos docentes de administração da UNIJUÍ**. XXIV Seminário de Iniciação Científica. Rio Grande do Sul. 2016.

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. **Dominando os desafios do empreendedor**. Financial Times. 2001.

BORGES JR. **Empreendedorismo: plano de negócio em 40 lições**. Saraiva. São Paulo. 2016.

CARDOSO. **Educação Empreendedora: métodos alternativos de ensino e aprendizagem para formação do empreendedor**. São Paulo. 2017. Disponível em: < [http://www.faccamp.br/new/arq/pdf/mestrado/Documentos/producao\\_discente/AlineMichelleCardoso.pdf](http://www.faccamp.br/new/arq/pdf/mestrado/Documentos/producao_discente/AlineMichelleCardoso.pdf)> Acesso em 05 jan. 2020.

DUTRA, I. S.; PREVIDELLI, J. J. **Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: Estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia. Anais... Atibaia: ANPAD, 2003.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor** – 4ª Ed – Barueri SP: Manole, 2012.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002, p. 20. Apostila. Disponível em: < <http://www.ia.ufrj.br/ppgea/conteudo/conteudo-2012-1/ISF/Sandra/apostilaMetodologia.pdf>> Acesso em 08 jul. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HASHIMOTO. **Espírito empreendedor nas organizações**. 3. ed. Saraiva, 2017.

HISRICH, R.; PETERS, P.; SHEPERD, D. **Empreendedorismo**. Bookman, 2010.

JULIEN. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. Saraiva. 2017.

KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. **Etrepreneurial intention among Indonesia and Norwegian students**. *Journal of Enterprising Culture*. 2004.

Lautenschläger, A., & Haase, H. (2011). **The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities**. *Journal of Entrepreneurship Education*. Disponível em: < <https://www.abacademies.org/articles/jeevol142011.pdf#page=155>> Acesso em 17 jan. 2020.

LEITE. **O fenômeno do empreendedorismo**. – São Paulo: Saraiva, 2012.

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.

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

em

<[https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/8605/4/Tese\\_TeresaMendes\\_EducacaoEmpree ndedora.pdf](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/8605/4/Tese_TeresaMendes_EducacaoEmpree ndedora.pdf)> Acesso em 20 nov. 2019.

NASCIMENTO JR., O. R. **Potencial empreendedor do empresário alagoano: Proposição e validação de um instrumento.** Dissertação de um Mestrado. Mestrado de Administração. Maceió, 2005.

NASCIMENTO JR., O. R.; DANTAS, A.B.; SANTOS, P. C. F. **Prospecção do Potencial Empreendedor. Validação de uma proposta metodológica.** Anais XXIX ENAMPAD, Brasília, 2005.

OLIVEIRA, J.; SILVA, W.; ARAÚJO, E. **Características comportamentais empreendedoras em proprietários de mpes longevas do vale do mucuri e Jequitinhonha/MG.** 2014. Revista de Administração Mackenzie, vol. 15, núm. 5. São Paulo, Brasil. Disponível em: < <https://www.redalyc.org/pdf/1954/195433507005.pdf>> Acesso em 03 jan. 2020.

ROCHA, Estevão; FREITAS, Ana. **Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor.** Fortaleza. 2014. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rac/v18n4/1415-6555-rac-18-04-00465.pdf>> Acesso em 15 out. 2019.

ROSSI, SÔNIA; PAULINO, Alice. **Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora.** EGEPE – encontro de estudos sobre empreendedorismo. Brasília, 2013. Disponível em: < [http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/brasil/\[15\].pdf](http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/brasil/[15].pdf)> Acesso em 20 dez. 2019.

SAES, A.; MARCOVITCH, J. **Educação empreendedora: trajetória recente e desafios.** Disponível em < <https://regepe.org.br/regepe/article/view/1776>>. Acesso em 15 jan. 2020.

SEBRAE. **1 a cada 4 empresas fecha antes de completar dois anos no mercado.** 2018. Disponível em: < [SILVA et al. \*\*Educação empreendedora como método: o caso do minor em empreendedorismo e inovação da UFF.\*\* Rio de Janeiro. 2017. Disponível em <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/411>> Acesso em 04 jan. 2020.](https://exame.com/negocios/dino_old/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-de-completar-2-anos-no-mercado-segundo-sebrae/#:~:text=PUBLICIDADE%20CORPORATIVA-.1%20a%20cada%204%20empresas%20fecha%20antes%20de,anos%20no%20mercado%2C%20segundo%20Sebrae&text=O%20Sebrae%20(Servi%C3%A7o%20Brasileiro%20de,sobre viv%C3%Aancia%20de%20empresas%20no%20Brasil.> https://exame.com/negocios/dino_old/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-de-completar-2-anos-no-mercado-segundo-sebrae/#:~:text=PUBLICIDADE%20CORPORATIVA-.1%20a%20cada%204%20empresas%20fecha%20antes%20de,anos%20no%20mercado%2C%20segundo%20Sebrae&text=O%20Sebrae%20(Servi%C3%A7o%20Brasileiro%20de,sobre viv%C3%Aancia%20de%20empresas%20no%20Brasil.> Acesso em 15 jan. 2020.</p></div><div data-bbox=)

SILVA; Fabiana, LIMA; Henrique, FIRMINO; Melissa. **Experiências exitosas no ensino universitário de empreendedorismo.** Veredas – revista eletrônica de ciências. Disponível em: < <http://www.veredas.favip.edu.br/ojs/index.php/veredas1/article/view/266/327>> Acesso em 10 dez. 2019.

SOUZA, Renato. **Empreendedorismo**. Cuiabá–MT. 2015. Disponível em: <[http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1530/15.15\\_Versao\\_Finalizada\\_Empreendedorismo\\_12\\_05\\_15.pdf?sequence=1](http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1530/15.15_Versao_Finalizada_Empreendedorismo_12_05_15.pdf?sequence=1)> Acesso em 03 jan. 2020.

SCHAEFE, Ricardo; MINELLO, Italo. **Mentalidade empreendedora: o modo de pensar do indivíduo empreendedor**. Revista de empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. e-ISSN: 2316-2058. Disponível em: < <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/422>> Acesso em 10 jan. 2020.

SCHAEFE, Ricardo; MINELLO, Italo. **Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias**. Revista pensamento contemporâneo em administração. E-ISSN: 1982-2596. Rio de Janeiro. Disponível em:< <https://www.redalyc.org/pdf/4417/441747930006.pdf>> Acesso em 06 jan. 2020.

FERREIRA. **Brasil está no topo do ranking mundial de empreendedorismo**. Disponível em: <<https://economia.ig.com.br/financas/seunegocio/2015-03-31/brasil-esta-no-topo-do-ranking-mundial-de-empreendedorismo.html>>. Acesso em 10 de jan. 2020.