

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

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

Trabalho de Conclusão de Curso

LUCAS SILVA DE AMORIM

Maceió
2020

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**UMA COMPARAÇÃO DO PERFIL DO EMPREENDEDOR ENTRE OS
ESTUDANTES E EGRESSOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**

Lucas Silva de Amorim

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de
Administração Da Universidade Federal
de Alagoas como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em
Administração

Orientador: Prof. Dr. Anderson De Barros Dantas

Maceió
2020

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

A524c Amorim, Lucas Silva de.

Uma comparação do perfil do empreendedor entre os estudantes e egressos do curso de administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade / Lucas Silva de Amorim. – 2020.

51 f. : il.

Orientador: Anderson de Barros Dantas.

Monografia (Trabalho de Conclusão Curso em Administração) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Maceió, 2020.

Bibliografia: f. 46-48.

Anexo: f. 49-51.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedores. 3. Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. I. Título.

CDU: 658:378.046.2

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**UMA COMPARAÇÃO DO PERFIL DO EMPREENDEDOR ENTRE OS
ESTUDANTES E EGRESSOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**

Lucas Silva de Amorim



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



**ATA DE APRESENTAÇÃO DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

Declaramos que, **LUCAS SILVA DE AMORIM**, Matrícula nº 13210796, aluno do Curso de Administração, concluiu e apresentou o TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO, com carga horária de 80 horas, sob o título de: "EFICÁCIA NA FORMAÇÃO DA PERCEPÇÃO DA CAPACIDADE EMPREENDEDORA DOS EGRESSOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE", sob orientação do Prof. Dr. Anderson de Barros Dantas, obtendo a nota final 10,0 (_____DE 7_____), conforme avaliação da Banca Examinadora abaixo:

BANCA EXAMINADORA	NOTA
1. Prof. Dr. Anderson de Barros Dantas (orientador)	<u>10,0</u>
2. Profa. Dra. Cláudia Maria Milito	<u>10,0</u>
3. Prof. Dr. Araken Oliveira	<u>10,0</u>
NOTA FINAL	<u>10,0</u>

BANCA EXAMINADORA – ASSINATURAS

1. [Assinatura] Presidente/Orientador.
2. [Assinatura] Membro.
3. [Assinatura] Membro.

Maceió, 30 de setembro de 2020.

Prof. Dr. Madson Bruno da Silva Monte
Coordenador *pro tempore* do Curso de Administração

Maceió
2020

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a Deus, que me permitiu superar os desafios encontrados na minha vida.

Aos meus pais, por todo o apoio e compressão durante toda a minha graduação.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Anderson de Barros Dantas pela excelente orientação e apoio no TCC, projetos de pesquisa e monitoria.

A minha grande amiga Lílian que esteve nos mesmos projetos de monitoria e pesquisa no PIBIC.

Agradeço, também, ao CNPQ e a PROPEP pelas oportunidades de fazer parte do programa do PIBIC, que acabou resultando neste TCC.

RESUMO

Este trabalho possui como objetivo avaliar a eficácia na formação empreendedora 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 grupos distintos 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 entre os grupos (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. Por fim, foi realizado o teste de Kolmogorov-Smirnov para comprovar a normalidade dos dados. Assim, os resultados sugerem que o padrão de empreendedorismo percebido, ao longo do curso e após formação do profissional, é praticamente o mesmo. Isso pode ter ocorrido por alguns motivos, entre eles: que o número de respondentes tenha sido baixo, em especial no grupo de egressos; que o projeto pedagógico não tenha sido eficaz em alcançar os seus objetivos; que os alunos já cheguem com um bom nível percebido, considerando que a maior parte deles já atuaram ou atuem no mercado de trabalho.

Palavras-chaves: Empreendedorismo. Perfil empreendedor. UFAL.

ABSTRACT

This work aims to analyze the effectiveness in training graduates of the administration course at the Federal University of Alagoas (UFAL). For this, the entrepreneurial profile of students in three distinct categories was raised, via questionnaire, namely: newcomers, seniors and graduates. The same instrument was applied to the three categories between January and June 2019. The instrument, based on the study by NASCIMENTO JR (2005), was divided into two parts: a) survey of the socio-demographic profile, with 08 questions and b) survey of the entrepreneurial capacity with 06 dimensions (decision making ability, planning ability, tenacity, creativity, initiative and self-confidence) and 26 statements. In the first part of the instrument, responses were given on closed scales, while in the second part, responses were measured in a 05 points likert type scale. A total of 202 responses were obtained between groups (78 newcomers, 92 seniors and 32 graduates). Statistical tests for the difference between two averages were applied between the groups and based on the results achieved, it can be concluded that the averages of the 06 dimensions are higher among the graduates when compared to the other groups (incoming and graduating). According to the results of the tests obtained, there are practically no significant statistical differences between the means of the groups, however in relation to the dimension of self-confidence, it can be said that the average of graduates is statistically significant in relation to the average of graduates. Finally, the Kolmogorov-Smirnov test was performed to prove the normality of the data. Thus, the results suggest that the pattern of perceived entrepreneurship, throughout the course and after training the professional, is practically the same. This may have occurred for some reasons, among them: that the number of respondents was low, especially in the group of graduates; that the pedagogical project has not been effective in achieving its objectives; that students already arrive with a good perceived level, considering that most of them have already worked or work in the labor market.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial profile. UFAL.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Contribuições para o entendimento de empreendedorismo.....	19
Quadro 02 - Diferenças entre a educação tradicional e a educação empreendedora.....	24
Quadro 03 – Surgimento de ideias empreendedoras.....	29

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Capacidade de decisão.....	38
Tabela 02 – Capacidade de planejamento.....	39
Tabela 03 – Tenacidade.....	39
Tabela 04 – Criatividade.....	40
Tabela 05 – Iniciativa.....	41
Tabela 06 – Autoconfiança.....	41
Tabela 07 – Média e desvio padrão geral.....	42
Tabela 08 – Testes Z de duas amostras para médias.....	43
Tabela 09 – Teste Kormogorov – Sminorv.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Gênero (alunos).....	33
Gráfico 02 - Gênero (egressos).....	34
Gráfico 03 – Idade (alunos).....	34
Gráfico 04 – Idade (egressos).....	35
Gráfico 05 – Período (alunos).....	35
Gráfico 06 – Ano de formação (egressos).....	36
Gráfico 07 – Nível de renda (alunos).....	36
Gráfico 08 – Nível de renda (egressos).....	37

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Uma tipologia do empreendedorismo individual.....	21
Figura 02 - A mentalidade empreendedora.....	22
Figura 03 - Motivações para empreender.....	27
Figura 04 - Fatores que influenciam na intenção empreendedora.....	28
Figura 05 - Síntese das características dos empreendedores de sucesso comuns a 15 autores.....	30

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Abreviaturas:

Siglas:

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

INSPER – Instituto de Ensino e Pesquisa

IFES – Instituição Federal de Ensino Superior

PPC – Projeto pedagógico do curso

UFAL – Universidade Federal de Alagoas

UFF – Universidade Federal Fluminense

UNIJUÍ – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

	Pág.
RESUMO	
1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 Formulação do problema.....	16
1.2 Justificativa.....	17
1.3 Objetivo geral.....	17
1.4 Objetivos específicos.....	18
2 REVISÃO DA LITERATURA.....	18
2.1 Empreendedorismo.....	18
2.2 Empreendedorismo nas instituições de ensino superior.....	23
2.3 Perfil e características empreendedoras.....	26
3 METODOLOGIA.....	31
3.1 Área do estudo.....	32
3.2 População.....	32
3.3 Amostra.....	32
3.4 Processo de levantamento dos dados.....	32
3.5 Processo de tratamento dos dados.....	33
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	33
4.1 Descrição da amostra.....	33
4.1.1 Gênero.....	33
4.1.2 Idade.....	33
4.1.3 Período (Alunos).....	35
4.1.4 Ano de formação (Egressos).....	36
4.1.5 Renda.....	37
4.2 Análise do perfil empreendedor dos alunos e egressos.....	37
4.2.1 Capacidade de decisão.....	38
4.2.2 Capacidade de planejamento.....	38
4.2.3 Tenacidade.....	39
4.2.4 Criatividade.....	40
4.2.5 Iniciativa.....	40
4.2.6 Autoconfiança.....	41
4.2.7 Média e desvio padrão geral.....	41

4.2.8	Testes Z de duas amostras para médias.....	43
4.2.9	Teste Kolmogorov-Smirnov.....	43
5	CONCLUSÕES.....	44
6	REFERÊNCIAS.....	46
7	ANEXOS.....	49

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 (2015), 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 aos 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 Business¹ 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

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

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 matriz curricular, afirma que o curso incentiva o empreendedorismo dentro e fora da sala de aula de forma a buscar novos meios de apoiar a formação de empreendedores.

1.1 Formulação do problema

No que diz respeito ao incentivo ao empreendedorismo dentro das universidades, vários cursos de diferentes áreas (saúde, sociais, exatas) estão abordando práticas de estudo empreendedoras, dentro e fora da sala de aula, ou seja, o empreendedorismo está ganhando cada vez mais espaço no ambiente acadêmico.

Atualmente, não há um consenso na literatura em relação aos “pré-requisitos” definidos para ser um empreendedor, ou seja, existem diversos perfis de empreendedores de sucesso. Logo, quando se fala em características comportamentais empreendedoras ainda é um tema que gera bastante discussão entre os estudiosos, porém esse tema precisa de mais aprofundamento, somente através da análise de dados estatísticos é possível inferir quais características de comportamento empreendedor precisam ser desenvolvidas nos agentes envolvidos nessa pesquisa.

A importância em identificar e mensurar o perfil empreendedor dos alunos e egressos do curso de administração é essencial para trazer algum tipo de informação relevante para o corpo social do curso, ajudando-os na definição de novas políticas para a avaliação e reformulação do seu projeto pedagógico.

De acordo com o projeto pedagógico do curso de administração da UFAL (2006), o egresso do Curso de Administração da UFAL deverá desenvolver a capacidade de identificar problemas e propor novas soluções em gestão, processos e produtos e ser capaz de desenvolver novos negócios.

Além disso, o PPC (2006) afirma que os egressos devem ter um conjunto de habilidades técnicas, sociais e científicas que condizem com o cenário empreendedor atual, para que possam reconhecer, definir e solucionar problemas

no meio empresarial. Porém, sendo o atual projeto pedagógico do curso de administração voltado para formar alunos com perfil empreendedor, o curso de administração realmente tem conseguido alcançar esse objetivo?

1.2 Justificativa

Não se encontram na literatura pesquisas que discutam de forma detalhada, aprofundada e quantificada, se os cursos de graduação de administração que possuem o projeto pedagógico voltado para o incentivo da formação empreendedora estão, de fato, conseguindo aperfeiçoar as características comportamentais empreendedoras de seus alunos.

Apesar de ser considerado por muitos um fenômeno recente, o empreendedorismo vem sendo abordado com relevância pelas teorias de economistas, comportamentalistas e administradores. Diversos estudos na área de empreendedorismo afirmam que para ser um empreendedor de sucesso, os empreendedores precisam desenvolver uma série de características comportamentais empreendedoras.

O desenvolvimento de métodos de avaliação que busquem uma maior clareza e objetividade ao caracterizar o perfil empreendedor é de grande importância para a Universidade Federal de Alagoas, pois eles podem ser úteis para o desenvolvimento pessoal, profissional e organizacional, a depender dos agentes envolvidos.

Novos trabalhos estão sendo realizados no campo do empreendedorismo objetivando identificar fatores que influenciam o processo de formação empreendedora (BOHNENBERGER, SCHMIDT e FREITAS, 2007). Porém, os estudos que mensuram o perfil empreendedor dos alunos nas universidades através de variáveis comportamentais e que correlacionam essas variáveis com o perfil empreendedor dos egressos ainda são escassos e precisam de mais notoriedade.

Além disso, este trabalho visa analisar se o curso de administração da FEAC-UFAL está, de fato, formando alunos com perfil empreendedor.

1.3 Objetivo geral

Analisar a influência do Curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade Federal de Alagoas, na percepção dos egressos sobre a sua capacidade empreendedora.

1.4 Objetivos Específicos

- Levantar o perfil socioeconômico do aluno matriculado no curso de administração da FEAC;
- Levantar o perfil socioeconômico do egresso do curso de administração da FEAC;
- Levantar o perfil empreendedor dos alunos matriculados no curso de administração da FEAC;
- Levantar o perfil empreendedor dos egressos do curso de administração da FEAC;
- Comparar o potencial empreendedor entre alunos regularmente matriculados e os egressos.

2 REVISÃO DA LITERATURA

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.

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 dos 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.

O **Quadro 01** faz uma síntese dos principais autores da literatura sobre empreendedorismo que contribuíram para a difusão do conceito de empreender.

Quadro 01: Contribuições para o entendimento de empreendedorismo

Ano	Autor	Contribuição
1961	McClelland	Identifica três necessidades do empreendedor: poder, afiliação e sucesso (sentir que é reconhecido). Afirma que "o empreendedor manifesta necessidade de sucesso".
1966	Rotter	Identifica o locus de controle interno e externo: "o empreendedor manifesta locus de controle interno"
1970	Drucker	O comportamento do empreendedor reflete uma espécie de desejo de colocar sua carreira e sua segurança financeira na linha de frente e correr riscos em nome de uma ideia, investindo muito tempo e capital em algo incerto
1973	Kisner	"Empresário é alguém que identifica e explora desequilíbrios existentes na economia e está atento ao aparecimento de oportunidades".
1982	Casson	"O empreendedor toma decisões criteriosas e coordena recursos escassos".
2002	William Baumol	"O empreendedor é a máquina de inovação do livre mercado".
2008	Dornelas	"Todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor".
2012	Emanuel Leite	"O empreendedor é um indivíduo que tem uma ideia, é influenciado pelo contexto ambiental no qual está inserido e gera bens e serviços".
2017	Julien	"É preciso notar que não há hierarquia entre tipos de empreendedorismo. Todos são equivalentes e podem todos ser fonte de desenvolvimento ou de obstáculo".

Fonte: CHIAVENATO, 2012. Adaptado pelo autor da pesquisa.

De acordo com ROSSI e PAULINO (2003), o atual incentivo dado ao empreendedorismo (pesquisas, consultorias, livros, palestras, cursos) é sinalizador de que ser empreendedor está sendo entendido como o caminho para a criação de seu próprio posto de trabalho no século XXI, O ato de empreender é essencial para a economia dos países, o empreendedorismo gera empregos, mantém a economia aquecida, melhora a qualidade de renda dos estados e a qualidade de vida das pessoas, além disso o empreendedorismo leva à inovação e a geração de novos produtos e serviços. Porém, é essencial traçar um plano de metas e objetivos para visualizar a viabilidade do negócio, pois sem um planejamento de médio à longo prazo o empreendimento pode vir a falir nos primeiros meses de vida.

Nesse sentido, BIRLEY e MUZYAKA (2001) afirmam que um importante aspecto na vida dos empreendedores é a necessidade de controle à sua volta. Os empreendedores são pessoas de poder e autoridade no seu negócio, porém ainda há uma preocupação de como eles lidam com essas questões diante das pessoas com quem trabalham.

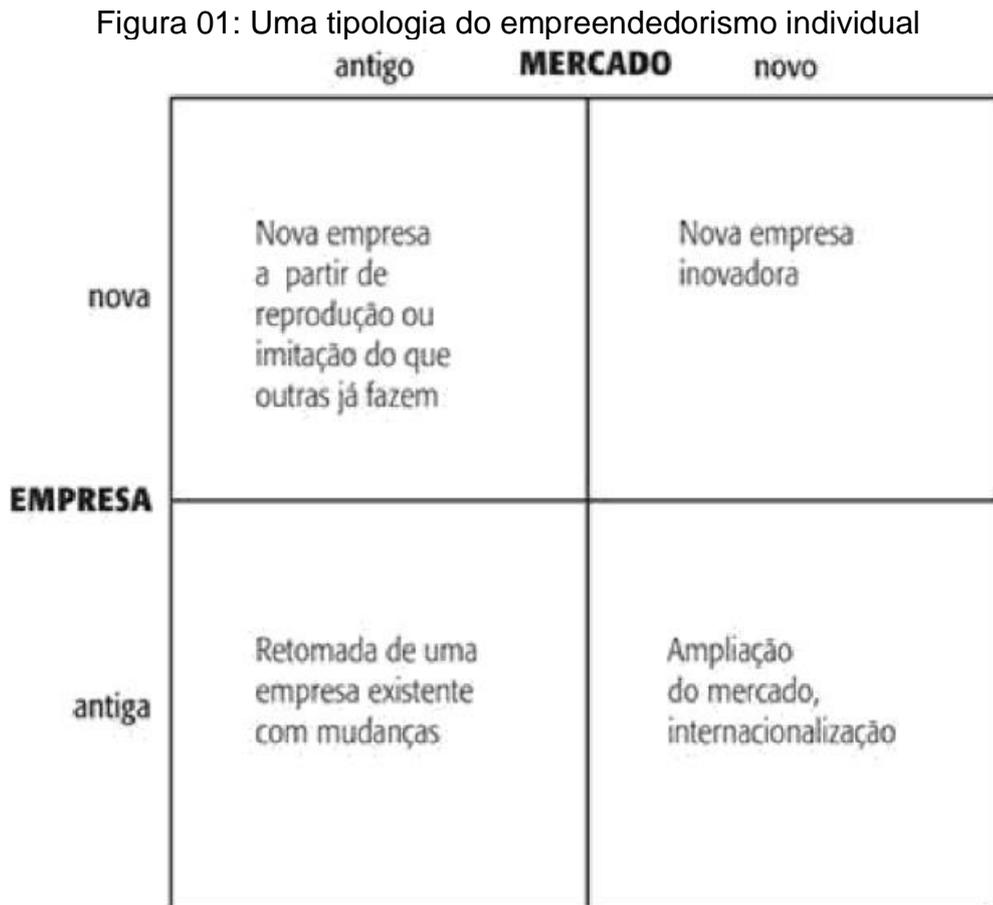
De acordo com HISRICH, PETERS e SHEPERD (2010), muitas pessoas confundem a natureza do inventor com a do empreendedor. Embora ambos tenham algumas características semelhantes (assumir riscos, criatividade) o inventor é alguém que se apaixona pela a invenção e apenas de forma relutante a modificará para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

Atualmente, por vontade de melhorar de vida, muitas pessoas se aventuram em um negócio, uma oportunidade ou uma ideia, sem experiência e/ou conhecimento e esses ainda são grandes fatores de falência ou fracasso de boas ideias. Assim, temos que esclarecer que não basta ter uma boa ideia. A pessoa empreendedora tem que ter paixão por aquele trabalho, ela transforma o ambiente onde vive utilizando todo recurso disponível de forma criativa e assume riscos e a possibilidade de não dar certo. (SOUZA; SANTOS, 2015, p. 17)

A afirmação de SOUZA e SANTOS (2015, p. 17) endossa o fato de que o processo de empreender possui um alto risco e deve ser melhor compreendido

através de experiências e estudos sobre o mercado, o poder de criatividade e inovação do empreendedor vão ser essenciais para o sucesso do negócio. Embora o empreendedorismo esteja diretamente ligado à inovação, não quer dizer que todo negócio precisa ser inovador, a **Figura 01**, logo abaixo, exemplifica quais tipos de empreendedorismo podem existir.



Fonte: (DAVIDSSON, 2001 apud JULIEN 2017)

De acordo com JULIEN (2017), a **Figura 01** apresenta 04 tipos de empreendedorismo: o primeiro é aquele que cria uma nova empresa, o segundo é aquele que retoma uma empresa já existente, o terceiro é aquele que visa um mercado já existente e o quarto é o tipo de empreendedorismo mais arriscado, que visa a um novo mercado. Destaca-se, que em todos os cenários apresentados, acima, o ato de empreender pode surgir a partir de uma simples ideia que deve ser moldada cuidadosamente para ser transformada em um potencial empreendimento. Além disso, destaca-se, também, a importância para as empresas apresentarem um

diferencial mínimo de inovação para se manterem competitivas diante das demais organizações já existentes.

A **Figura 02** ilustra a percepção que o empreendedor tem do mundo ao seu redor e como ele pode reagir diante das adversidades encontradas, a forma como o empreendedor interpreta os acontecimentos na sua vida determina seu modo de pensar e agir no mundo dos negócios e possui grande influência na sua vida profissional.

Figura 02: A mentalidade empreendedora



Fonte: Minello e Schaeffer (2017)

Os modelos mentais, moldados desde a infância com a educação, experiências vivenciadas e relações sociais vividas, definem o modo de percepção e entendimento das coisas, impulsionando a ação empreendedora. São dinâmicos, gerativos e atuam a partir de dimensões dos modelos mentais, tais como conhecimentos constituídos, habilidades emocionais, mente linear, relacionamentos, comunicação, estratégias, criatividade e vocação. Podem se modificar e evoluir a partir da interação entre o ambiente, a cognição e o comportamento do empreendedor. Minello e Schaeffer (2017)

Com base nos estudos de Minello e Schaeffer (2017), pode-se entender que o empreendedor é impulsionado por uma série de fatores emocionais, motivacionais e profissionais (experiência de trabalho) que possuem forte influência na tomada de decisão. Nesse sentido, DORNELAS (2008) afirma que os empreendedores de sucesso estão sempre atentos ao que acontece ao seu redor e qualquer fonte de conhecimento pode ser um ponto de partida para novas ideias e identificação de oportunidades de mercado.

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.

O **Quadro 02** ilustra as principais diferenças entre a educação convencional e a educação empreendedora, demonstrando que entre ambas existem diferenças significativas em relação à metodologia de ensino a ser utilizada.

Quadro 02: Diferenças entre a educação tradicional e a educação empreendedora

Educação convencional	Educação empreendedora
Ênfase no conteúdo, que é visto como meta	Ênfase no processo, aprender a aprender
Conduzido e dominado pelo instrutor	Apropriação do aprendizado pelo participante
O instrutor repassa o conhecimento	O instrutor como facilitador e educando; participantes geram conhecimento
Aquisição de informações “corretas” de uma vez por todas	O que se sabe pode mudar
Currículo e sessões fortemente programados	Sessões flexíveis e voltadas a necessidades
Objetivos do ensino impostos	Objetivos do aprendizado negociados
Prioridade para o desempenho	Prioridade para a autoimagem geradora do desempenho
Rejeição ao desenvolvimento de conjecturas e pensamento divergente	Conjecturas e pensamento divergente vistos como parte do processo criativo
Ênfase no pensamento analítico e linear; parte esquerda do cérebro	Envolvimento de todo o cérebro; aumento da racionalidade no lado esquerdo do cérebro por estratégias holísticas, não lineares, intuitivas; ênfase na confluência e fusão dos dois processos
Conhecimento teórico e abstrato	Conhecimento teórico amplamente complementado por experimentos na sala de aula e fora dela
Resistência à influência da comunidade	Encorajamento à influência da comunidade
Ênfase no mundo exterior; experiência interior considerada imprópria ao ambiente escolar	Experiência interior é contexto para o aprendizado; sentimentos incorporados à ação
Erros não aceitos	Erros como fonte de conhecimento
O conhecimento é o elo entre aluno e professor	Relacionamento humano entre professores e alunos é de fundamental importância

Fonte: (DOLABELA, 2008 apud SCHAEFER; MINELLO, 2016)

Nesse sentido, um estudo realizado por BECKER e DREWS (2016) com 24 docentes do curso de administração da UNIJUÍ (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) apontou que mais de 80% dos docentes entrevistados orientam os alunos em pesquisas e projetos de extensão que incentivam o comportamento empreendedor dentro e fora da universidade, além disso a pesquisa, também, constatou que a disciplina de seminário integrador é uma das principais formas de metodologia para difundir a capacidade perceptiva acerca do empreendedorismo e disseminar o comportamento empreendedor, a disciplina faz uso de apresentações de cases reais, estudos de caso e apresentações temáticas relacionados ao empreendedorismo.

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.

A prática de criação deve estimular e desenvolver a criatividade dos estudantes no processo de ensino e aprendizagem. Nesse sentido, devem ser pensadas formas de estimular o pensamento lateral dos estudantes através de diferentes técnicas de criatividades aplicadas ao ambiente de negócios, tais como: estímulos aleatórios, brainstorming, mapa mental, entre outras. (SILVA et al. p. 9. 2017)

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 relação aos tipos de empreendedores, FIALHO (2003) observa que existem vários perfis de empreendedores:

Empreendedor nato – É o tipo de empreendedor visionário, começaram seus negócios do nada, são otimistas e sempre comprometidos em realizar seus sonhos.

Empreendedor que aprende – É aquele empreendedor que não estava acostumado a correr riscos e nunca havia ter pensado em se tornar empreendedor.

Empreendedor serial – É aquele apaixonado pelo empreendedorismo, normalmente possui uma grande habilidade de montar e gerir equipes.

Empreendedor corporativo – Geralmente, são muito competentes e frequentemente assumem riscos, como forma de lidar com a falta de autonomia.

Empreendedor social – Esse tipo de empreendedor está sempre envolvido em causas humanitárias, os empreendedores sociais possuem um grande desejo de mudar o mundo.

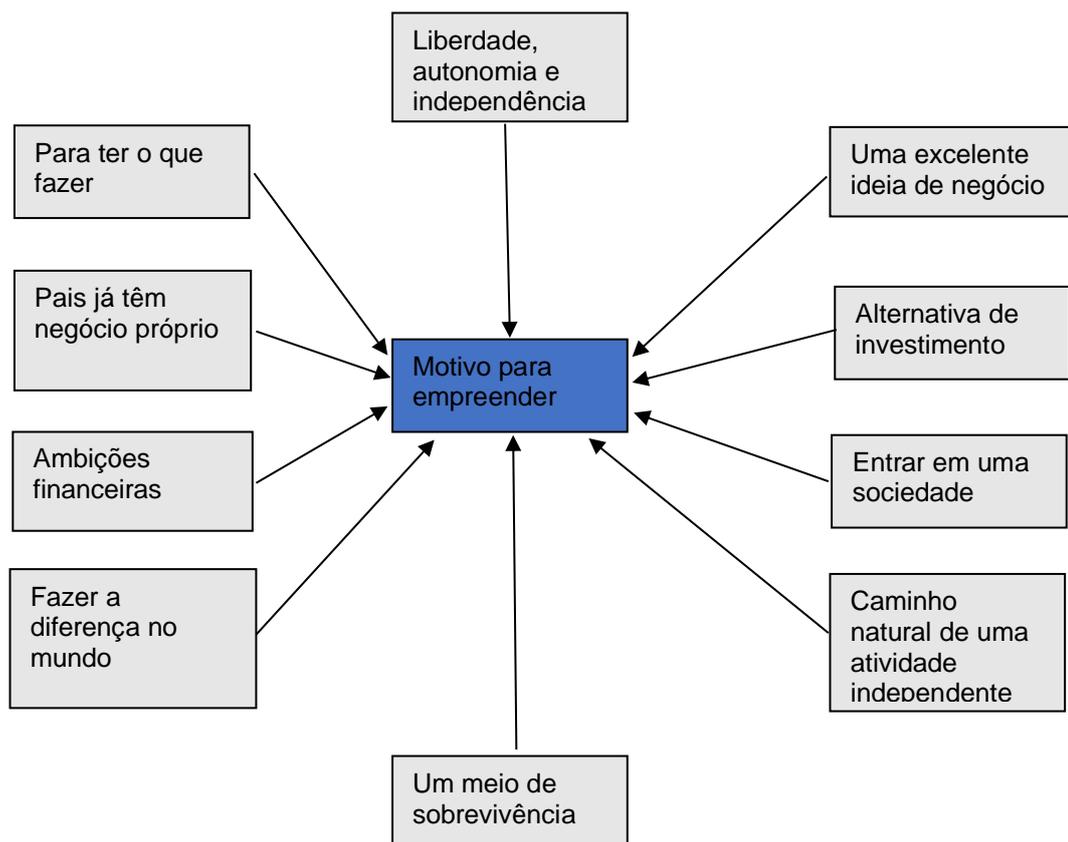
Empreendedor por necessidade – É aquele empreendedor que abriu um negócio por não haver outra alternativa, devido a necessidade de sustento próprio.

Empreendedor herdeiro – É o empreendedor que herdou o negócio da família e possui a responsabilidade de continuar o negócio.

Empreendedor planejado – É o empreendedor que planeja cuidadosamente todos os passos para a criação do seu negócio, estuda e avalia as oportunidades do mercado.

Nesse sentido, BORGES JR (2016) afirma que empreender é um processo arriscado e o tipo de motivação que move o empreendedor pode se tornar o principal fator impulsionador de atitude empreendedora. **A Figura 04** demonstra as possíveis motivações que levam as pessoas a empreender.

Figura 03: Motivações para empreender



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Borges JR (2016)

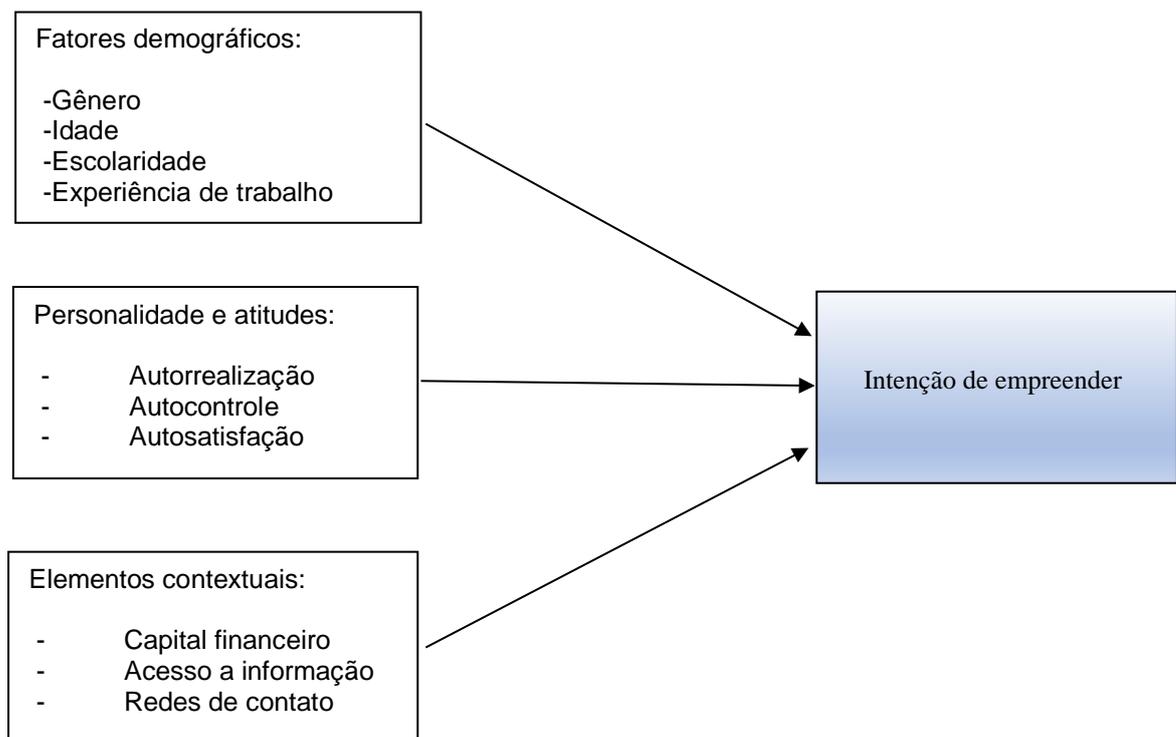
Entre as principais motivações para empreender mostradas na **Figura 03**, destaca-se a vontade que o empreendedor possui de ter liberdade, autonomia e independência no ambiente de trabalho, algo que dificilmente é encontrado na

carreira executiva. Porém, o processo de empreender faz com que o empreendedor abra mão de sua estabilidade financeira e corra riscos, fatores como o acesso a informação, a capacidade de planejamento e a criatividade são de extrema importância para quem está em busca de começar o próprio negócio.

Por se tratar de um processo de ação, existe certa desconfiança quanto à possibilidade de se ensinar as características do empreendedor para pessoas que não as tenham. As discussões sobre esse ponto já avançaram bastante, chegando-se ao novo paradigma que trata da discussão de como se ensinar o empreendedorismo e como avaliar o perfil empreendedor. (Freitas e Rocha, 2014, p. 18)

Nesse sentido, um estudo realizado por KRISTIANSEN e IDARTI (2004) tinha o objetivo de identificar variáveis comportamentais empreendedoras em alunos da Indonésia e Noruega. O estudo levantou uma série de características que influenciam na intenção empreendedora desses alunos, a **Figura 04** demonstra a classificação de cada um desses fatores.

Figura 04 – Fatores que influenciam na intenção empreendedora



Fonte: Adaptado pelo autor a partir de KRISTIANSEN e IDARTI (2004)

Com base na **Figura 04**, observa-se que quando se trata de empreender, os fatores demográficos (idade, gênero e etc) são tão importantes quanto as motivações pessoais e profissionais. Nesse sentido, Nascimento JR (2005) elaborou um instrumento de coleta de dados a partir do estudo de KRISTIANSEN e IDARTI (2004), o instrumento possui o objetivo de fazer um levantamento de perfil empreendedor de pessoas que trabalham empresas através de variáveis sóciodemográficas e características comportamentais empreendedoras. Tal instrumento foi adaptado e utilizado nessa pesquisa, com o objetivo de fazer o levantamento do perfil empreendedor dos alunos e egressos do curso de administração da UFAL.

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 03 - 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.

A **Figura 04** ilustra uma síntese de fatores de sucesso citados por diversos autores especializados no assunto

Figura 05: Síntese das características dos empreendedores de sucesso comuns a 15 autores

FATORES DE SUCESSO		MCLELLAND (1962)	SHAPERO (1975)	TIMMONS (1978)	HORNADAY (1982)	MEREDITH (1982)	SANTOS (1995)	LONGEN (1997)	DOLABELA (1999)	DEGEN (2000)	GARCIA (2000)	ROBBINS (2000)	DORNELAS (2001)	BERNARDI (2003)	SEBRAE/SC (2009)	HISRICH E PETERS (2009)	TOTAL
HABILIDADES DO EMPREENDEDOR	1	Desenvolver habilidades/buscar informações															6
	2	Conhecer muito bem o ramo de atuação															4
	3	Ser agressivo, corajoso															5
	4	Ter persistência															11
	5	Buscar, aproveitar oportunidades															7
	6	Correr riscos calculados, gerenciar riscos															13
	7	Criatividade															10
	8	Ser inovador															13
	9	Ser independente															12
	10	Necessidade de realização															13
	11	Ter habilidade para relações interpessoais															7
	12	Liderança, saber liderar pessoas															9
	13	Autocrítica, capacidade de aprendizagem															6
	14	Estabelecer uma boa rede de contatos															10
	15	Originalidade, ter iniciativa															9
	16	Ter autoconfiança, ser otimista															14
	17	Ser comprometido															11
	18	Ter valor para a sociedade															3
	19	Exigente quanto à qualidade e eficiência															4
	20	Habilidade para negociação															6
	21	Ser muito paciente															2
	22	Ser polivalente															4
	23	Orientação para resultado (metas e objetivos)															11
	24	Planejar e monitorar sistematicamente															11
	25	Envolvimento em longo prazo															5
	26	Ter flexibilidade															5
	27	Administrar o tempo															3
	28	Obter e organizar os recursos necessários															1
	29	Comportamento ético															1

Fonte: (OLIVEIRA; SILVA; ARAÚJO, 2014)

Com base na **Figura 05**, pode-se inferir que as características comportamentais empreendedoras mais citadas entre os autores acima estão: Correr riscos calculados, necessidade de realização, ter autoconfiança, ser inovador ter criatividade. Atualmente o principal foco de discussão é de como desenvolver essas características nas pessoas que planejam se tornar empreendedoras.

Nesse sentido, essa pesquisa seguiu a mesma linha de estudo de NASCIMENTO JR (2005) e tomou como base 6 características empreendedoras para a construção de um perfil empreendedor, sendo elas: tenacidade, autoconfiança, criatividade, capacidade de decisão, capacidade de planejamento e iniciativa.

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

Amostra não – probabilística, a amostra realizada foi por conveniência, foram abordados cerca de 400 indivíduos dos quais 202 responderam à pesquisa (78 são ingressantes, 92 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 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.

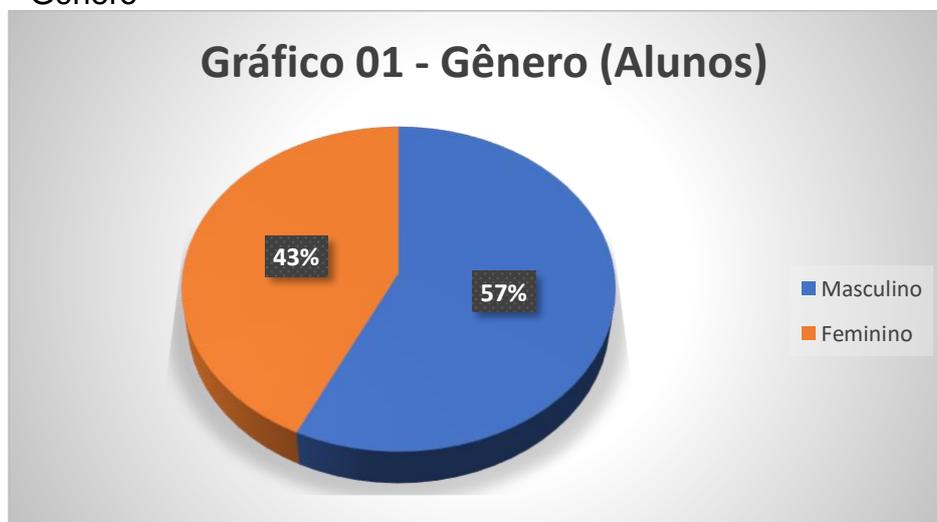
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

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

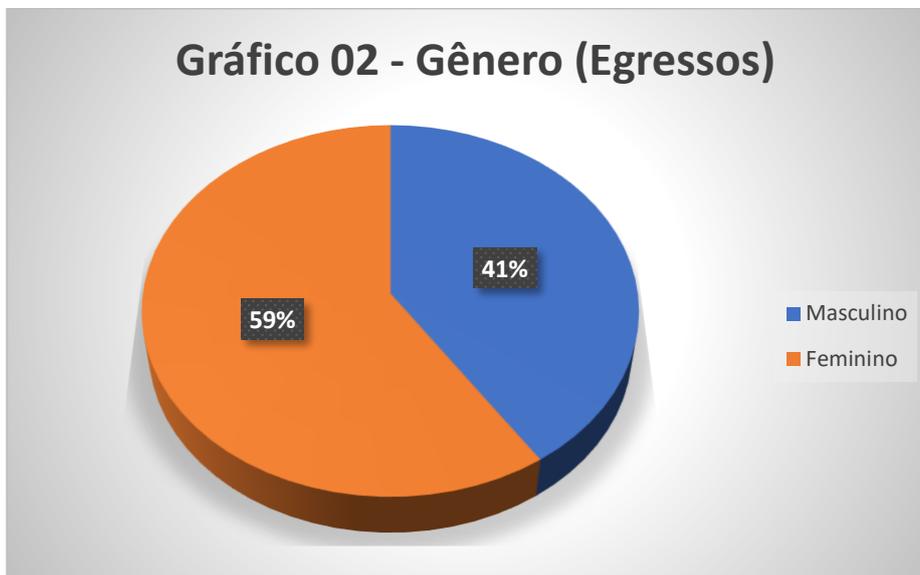
Essa etapa apresenta o resultado das variáveis pertencentes à primeira dimensão do questionário aplicado, a partir disso podemos definir o perfil sociodemográfico dos alunos e egressos do curso de administração da UFAL.

4.1.1 Gênero



Fonte: Dados da pesquisa

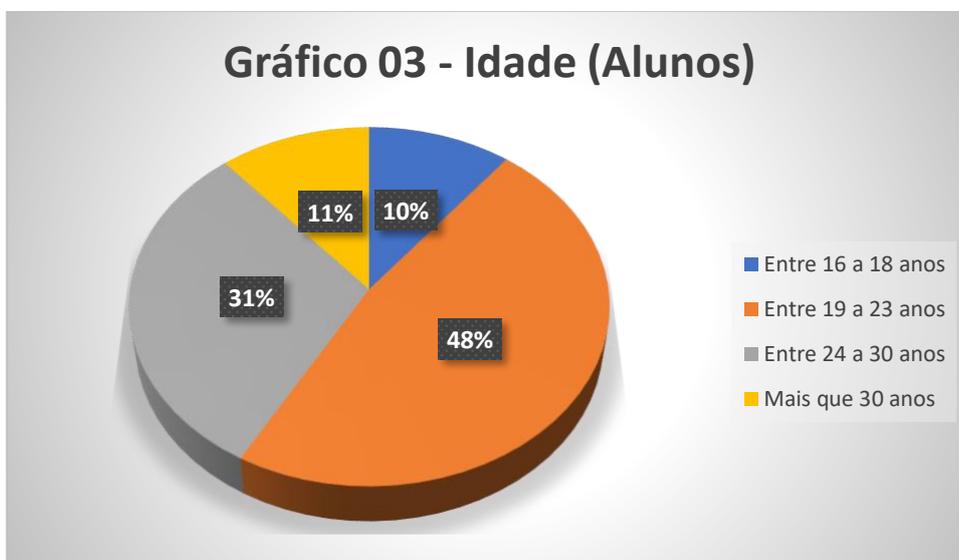
De acordo com o **Gráfico 01**, 57% dos alunos entrevistados são do gênero masculino, enquanto 43% são do gênero feminino.



Fonte: Dados da pesquisa

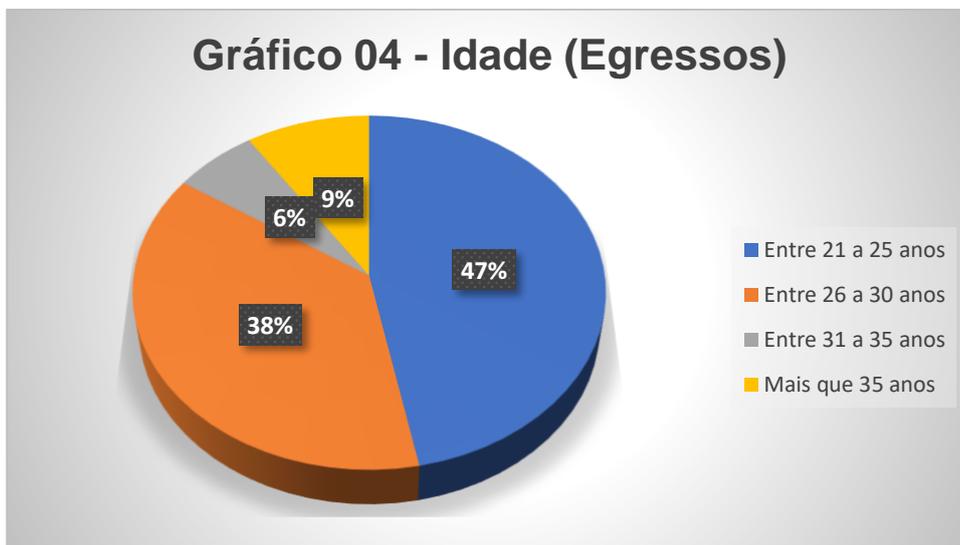
Com base no **Gráfico 02**, 59% dos egressos entrevistados são do gênero feminino, enquanto que os outros 41% são do gênero masculino. Analisando as duas amostras, percebe-se que o gênero masculino é a maioria entre os alunos entrevistados na pesquisa, enquanto que na amostra dos egressos o gênero feminino é a maioria entre os entrevistados.

4.1.2 Idade



Fonte: Dados da pesquisa

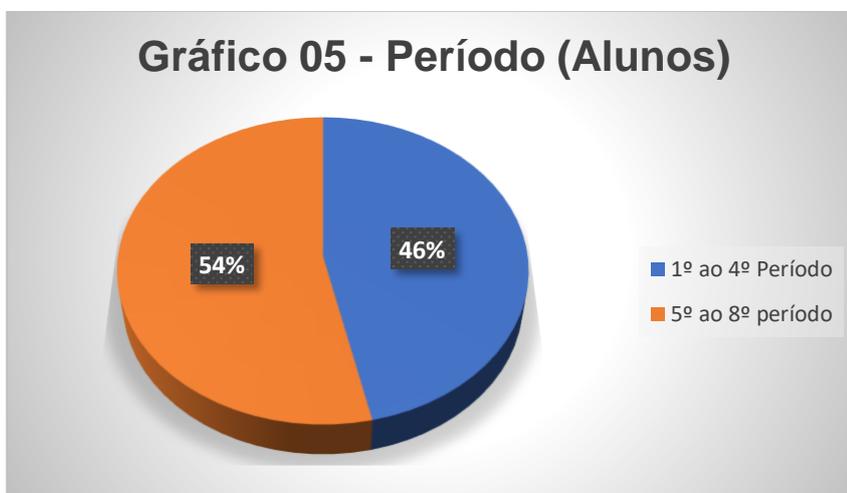
De acordo com o **Gráfico 03**, pode-se inferir que cerca de 48% dos alunos entrevistados possuem entre 19 a 23 anos de idade, seguidos por 31% dos que afirmam ter entre 24 a 30 anos de idade.



Fonte: Dados da pesquisa

Com base no **Gráfico 04**, 47% dos egressos entrevistados possuem entre 21 a 25 anos de idade, seguidos por 38% daqueles que afirmam ter entre 26 a 30 anos de idade, além disso 15% dos entrevistados possuem 31 anos ou mais.

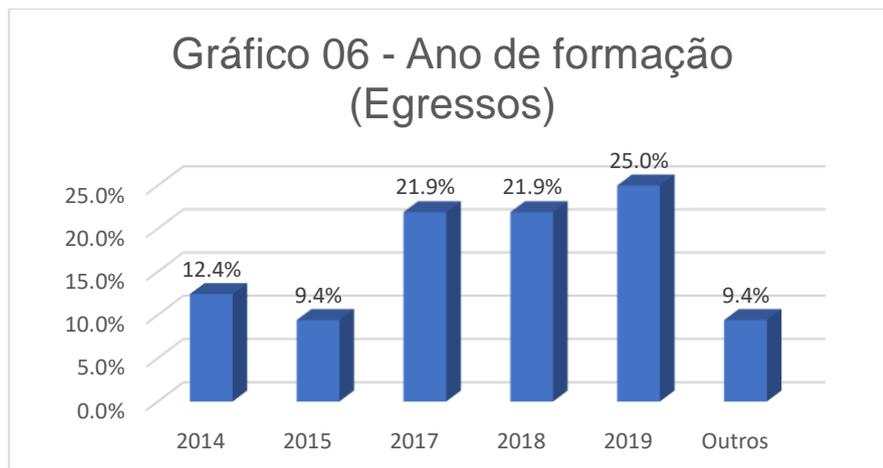
4.1.3 Período (Alunos)



Fonte: Dados da pesquisa

A partir do **Gráfico 05**, pode-se concluir que 54% dos alunos abordados estão cursando entre o 5º ao 8º período, enquanto que 46% estão cursando entre o 1º ao 4º período do curso de administração.

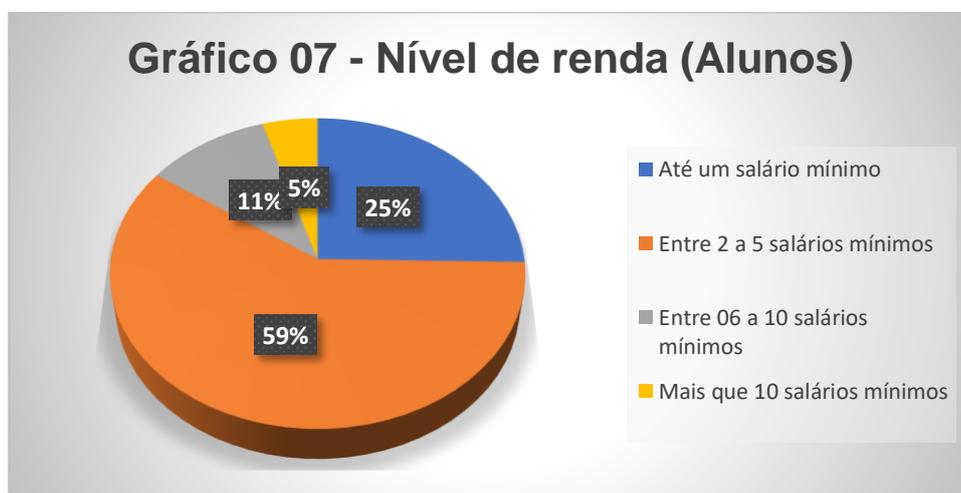
4.1.4 Ano de formação (Egressos)



Fonte: Dados da pesquisa

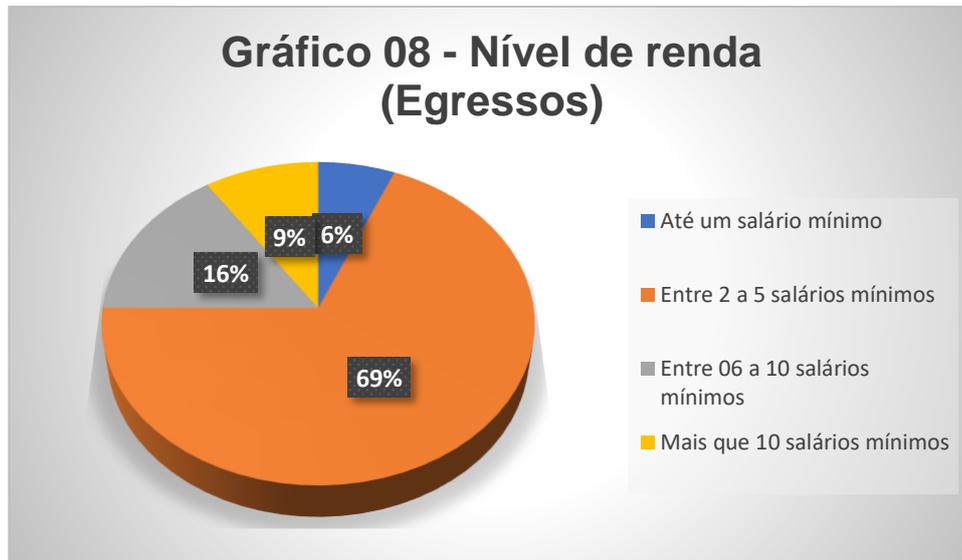
Com base no **Gráfico 06**, 25% dos egressos que responderam à pesquisa se formaram no ano de 2019, enquanto que 21,9% se formaram em 2018 e, também, outros 21,9% se formaram no ano de 2017, além disso cerca de 21,8% se formaram entre o ano de 2014 e 2015.

4.1.5 Nível de renda



Fonte: Dados da pesquisa

A partir do **Gráfico 07**, pode-se inferir que para 59% dos alunos respondentes afirmam ter um nível de renda familiar entre 02 a 5 salários mínimos, enquanto que 25% afirmam ter renda familiar de até 1 salário mínimo e apenas 5% afirmam ter uma renda superior a 10 salários mínimos.



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com o **Gráfico 08**, pode-se inferir que cerca de 69% dos egressos que responderam à pesquisa afirmam ter um nível de renda mensal entre 02 a 05 salários mínimos, seguidos por 16% dos que afirmam possuir um nível de renda mensal entre 06 a 10 salários mínimos, enquanto que 9% afirmam ter um nível de renda maior que 10 salários mínimos.

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.

Constructo de origem	Variável	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão
		(Ingressantes)	(Ingressantes)	(Concluintes)	(Concluintes)	(Egressos)	(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, coeto 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.

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.

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 (Ingressantes)	Desvio padrão (Ingressantes)	Média (Concluintes)	Desvio padrão (Concluintes)	Média (Egressos)	Desvio padrão (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 (Ingressantes)	Desvio padrão (Ingressantes)	Média (Concluintes)	Desvio padrão (Concluintes)	Média (Egressos)	Desvio padrão (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	3,71		3,72		3,81	

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na **Tabela 07**, observa-se 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 (P-value)	Ingressantes – Egressos (P-value)	Concluintes – Egressos (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-Sminorv 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 - padrões para fazer inferência de igualdade ou diferença entre os grupos escolhidos (ingressantes, concluintes e egressos). A partir dos testes realizados, observou-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 importantes 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 tem impacto na escolha dos alunos em empreender ou não.

Ainda sobre a eficácia do projeto pedagógico, um dos grandes problemas é a execução do que está sendo planejado. As disciplinas de seminário integrador acabaram se tornando subutilizadas e se tornaram aulas teóricas, quando deveriam ser atividades para a experimentação das características empreendedoras.

Sugere-se, que sejam abordadas atividades práticas que desenvolvam características comportamentais ligadas ao empreendedorismo. No caso desta pesquisa, a dimensão do fator de Iniciativa obteve a menor média em todos os grupos, recomenda-se que a disciplina de seminário integrador seja utilizada para desenvolver, prioritariamente, às variáveis comportamentais relacionados com esta dimensão

Ainda de acordo com os resultados discutidos, pode-se concluir que as médias dos grupos, em relação às 06 dimensões das características empreendedoras, aumenta conforme o tempo de graduação. Além disso, ressalta-se que a média global das 06 dimensões das características empreendedoras, abordadas nesta pesquisa, obteve nota maior que 03 em todos os grupos, ou seja, o curso de administração da UFAL tem conseguido trabalhar, bem, o desenvolvimento de características empreendedoras.

Dentre os fatores que podem estar associados ao bom desempenho das médias dos alunos e egressos, destacam-se, além da dinâmica em sala de aula, às atividades de extensão e pesquisa. Com relação às atividades de extensão, a Empresa Júnior do curso de administração que tem feito a diferença entre os alunos que participam dela, funcionando como uma ponte que liga os ensinamentos teóricos aprendidos em sala de aula e às atividades práticas no âmbito empresarial, mas ainda há pouca interação entre ela, as disciplinas e os professores.

Além disso, ressalta-se que 2/3 dos alunos do curso de administração da UFAL são do período noturno e grande parte desses alunos possuem algum tipo de experiência no mercado de trabalho profissional, ou seja, a maioria desses alunos possuem conhecimentos práticos relacionados ao empreendedorismo. Nesse sentido, o conceito de empreendedorismo é bastante explorado no estado pelo SEBRAE – Alagoas, que funciona como uma instituição de apoio ao desenvolvimento de práticas empreendedoras.

Com relação ao número da amostra, obteve-se um total de 202 respondentes entre os grupos (78 ingressantes, 92 concluintes e 32 egressos). Para estudos futuros, sugere-se o aumento do tamanho mínimo da amostra, com o objetivo de trazer uma maior precisão dos dados. 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/Aline_MichelleCardoso.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.**

FEAC. **Projeto pedagógico**. Alagoas. 2006. Disponível em:
<http://www.ufal.edu.br/unidadeacademica/feac/graduacao/administracao/projeto-pedagogico> Acesso em 10 dez. 2019>

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002, p. 20. Apostila. Disponível em: < <http://www.ia.ufrj.br/ppgea/conteudo/conteudo-2012-1/1SF/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_EducacaoEmpreendedora.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: < [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,sobreviv%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,sobreviv%C3%Aancia%20de%20empresas%20no%20Brasil.)> Acesso em 15 jan. 2020.

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.

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> 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.

7. ANEXOS

Questionário de pesquisa

O presente questionário encontra-se dividido em duas partes, sendo a primeira parte voltada para perguntas demográficas e na segunda parte estão as questões relacionadas as variáveis sobre características comportamentais empreendedoras.

- 1) Qual é o seu Gênero?
 Masculino Feminino

- 2) Qual é a sua idade?
 Entre 16 a 18 anos
 Entre 19 a 23 anos
 Entre 24 a 30 anos
 Mais que 30 anos

- 3) Qual é o seu nível de renda?
 Até um salário mínimo
 Entre 2 a 5 salários mínimos
 Entre 6 a 10 salários mínimos
 Mais que 10 salários mínimos

- 4) Qual é o seu período (Alunos)

- 5) Qual é o seu ano de formação (Egressos)

II. QUESTÕES

Por favor selecione na escala de cinco pontos abaixo o número que melhor representar a sua opinião em relação a cada frase. (1 = Discordo totalmente, 5 = Concordo totalmente)

CD1	Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir	1	2	3	4	5
CD2	Tomo decisões sem perda de tempo	1	2	3	4	5
CD3	Se necessário posso me decidir rapidamente. Em geral minha decisão mostra-se correta	1	2	3	4	5
CD4	Se é necessário decidir, eu decido e não me arrependo depois	1	2	3	4	5
CP1	Quando começo uma tarefa ou um projeto, coletei todas as informações que vou necessitar dispor	1	2	3	4	5
CP2	Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples	1	2	3	4	5
CP3	Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa	1	2	3	4	5
CP4	Planejo dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas e com prazos definidos	1	2	3	4	5
TE1	Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas	1	2	3	4	5
TE2	Se algo se interpõe entre o que estou tentando fazer, persisto em minha tarefa	1	2	3	4	5
TE3	Insisto várias vezes até conseguir que as pessoas façam o que desejo	1	2	3	4	5
TE4	Se determinado método para resolver um problema não der certo, recorro a outro	1	2	3	4	5
TE5	Me empenho até atingir minhas metas e objetivos	1	2	3	4	5
CR1	Sempre encontro maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato.	1	2	3	4	5
CR2	Gosto de imaginar maneiras criativas e inovadoras de fazer as coisas.	1	2	3	4	5

CR3	Sempre procuro imaginar e criar uma vantagem a mais no meu serviço ou produto	1	2	3	4	5
CR4	Na minha empresa procuro sempre criar produtos ou serviços a partir do que já existe	1	2	3	4	5
IN1	Faço coisas antes de ser solicitado ou ser forçado pelas circunstâncias	1	2	3	4	5
IN2	Aproveito oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência	1	2	3	4	5
IN3	Caso veja um empresário que eu gostaria de conhecer, dirijo-me a ele e estabeleço contato	1	2	3	4	5
IN4	Sempre atuo para expandir meu negócio para novas áreas, produtos ou serviços	1	2	3	4	5
AC1	Mesmo quando estou executando algo difícil e desafiador tenho confiança	1	2	3	4	5
AC2	Acredito que posso ser bem-sucedido em qualquer atividade que me proponha a executar	1	2	3	4	5
AC3	Tenho certeza que posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar	1	2	3	4	5
AC4	Mantenho-me firme em minhas opiniões, mesmo quando outras pessoas a elas se opõem energicamente	1	2	3	4	5
AC5	Sempre acredito na minha capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio	1	2	3	4	5