

## Identificação de potencial empreendedor em alunos da Universidade Federal de Alagoas

Paulo da Cruz Freire dos Santos  
UFAL  
admpaulodacruz@gmail.com

Nicholas Joseph Tavares da Cruz  
UFAL  
admnicholas@gmail.com

### RESUMO

*A pesquisa relatada neste artigo teve como objetivo verificar o potencial empreendedor em estudantes da Universidade Federal de Alagoas, bem como constatar o potencial empreendedor por cursos e comparar os alunos dos diversos cursos. Para identificar esse potencial, a pesquisa foi realizada através de levantamento bibliográfico e aplicação de questionários, tendo sido usado material desenvolvido pela Management Systems International. Para uma melhor utilização dos dados, os escores obtidos foram recodificados em cinco categorias, para definir o potencial empreendedor. A avaliação dos resultados obtidos apontou bons níveis para com o potencial empreendedor em diversos cursos estudados, tendo se destacado entre eles o curso de administração que utiliza uma postura empreendedora e ministra uma disciplina focada no assunto. A partir dessa informação, a universidade deve buscar investir em melhores direcionamentos para com os cursos ofertados nela, para que se possa desenvolver esse potencial no sentido de estabelecer a formação de criadores de empregos e não de empregados.*

Palavras-Chave: Potencial empreendedor; Universidade; Cursos.

### 1. INTRODUÇÃO

A atividade empreendedora tem sido, através dos séculos, a responsável pela descoberta de novas fronteiras, pelo avanço da ciência e geração de novos negócios.

Desde tempos imemoriais, homens das mais diversas origens e motivações, assumiram riscos, realizaram descobertas e fizeram bons negócios, para si, para seus financiadores (quando existiam) e tornaram mais fácil a vida das pessoas.

Esses empreendedores, nas várias épocas em que viveram, receberam os mais variados nomes. Uns como Marco Polo, foram denominados de aventureiros, outros como Cristóvão Colombo, tornaram-se conhecidos como descobridores, e outros ainda, como Delmiro Gouveia (um dos pioneiros da industrialização do Estado de Alagoas), foram chamados de empresários com alto senso de oportunidade e visão.

A realidade é que essas pessoas conseguiram mudar uma situação existente, abriram novos caminhos e possibilitaram que riquezas fossem geradas, passassem de mão em mão, e melhorassem a vida das pessoas.

É a atividade empreendedora que tem criado as mega corporações transnacionais, bem como as pequenas empresas, geradoras de emprego para milhões de pessoas em todo o mundo.

O rápido crescimento e expansão dos negócios, na maioria dos países, têm provocado um verdadeiro "mar de turbulências", como diz Caravantes (1993a, p. 24-5), nas teorias que têm explicado e auxiliado o alcance do êxito empresarial. Hoje, navega-se em uma infinidade de explicações para o sucesso ou o fracasso na gestão.

Termos como *just in time*, reengenharia, *learning organization*, qualidade total, visão holística e arquitetura organizacional, entre outros, são comuns, e utilizados por iniciados e não iniciados. Procura-se por toda parte novas formas de melhor condução de negócios e êxito permanente.

Apesar dos empreendedores surgirem das mais variadas classes e situações, hoje têm-se dado ênfase ao papel das universidades nesse processo.

No Brasil, entretanto, esse papel ainda está em fase incipiente. O grave problema é a situação em que se encontra a universidade brasileira, ainda muito distante de suas congêneres do primeiro mundo. Aqui, segundo Caravantes (1993b, p. 117), "criamos um sistema em que o aluno questionador é considerado o importuno, o chato; universidades, faculdades e escolas onde nada é questionado e cuja função é simplesmente transmitir conhecimentos defasados e inertes". Nesse ambiente não é fácil incentivar a atividade empreendedora.

A atividade empreendedora, na opinião de Schumpeter (1982, p. 54), é "à realização de combinações novas" e ele chama de "empresários" aquelas pessoas "cuja função é realizá-las". Se a atividade intelectual, questionadora e empreendedora não é desenvolvida na universidade, perde-se uma grande oportunidade de gerar-se mais desenvolvimento, seja empresarial ou não. Drucker (1991, p. 29), ao se referir aos empreendedores, diz que "eles criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores".

Em função disso torna-se urgente uma mudança no seio da universidade, no sentido de se passar a utilizar novos procedimentos de ensino, treinamento e desenvolvimento. A universidade nos dias de hoje atende não apenas a jovens em procura da sua graduação, e graduados que procuram obter um título de pós-graduação, mas, também, a profissionais que retornam aos bancos escolares buscando maior aperfeiçoamento.

As universidades americanas descobriram esse filão, e ano após ano, têm oferecido programas de educação continuada para profissionais e executivos das mais variadas empresas. Além de ser uma forma de manter seus professores em contato com o que acontece em nível prático, carrega para seus cofres recursos substanciais para a sua própria manutenção.

Não só por conta disso, mas em função de muitas outras razões, a integração da universidade com as empresas é, hoje, uma necessidade cada vez maior. De acordo com Brito (1993, p. 6), "a ampliação dos vínculos entre a Universidade e os setores empresariais da comunidade assume cada vez maior importância, no momento em que a busca de modernização do segmento industrial e agropecuário é prioridade da nova política industrial".

Indo mais além, Barneveld (1993, p. 3) diz que a:

transferência de tecnologia da universidade para a indústria não é uma operação que deva só ser feita de uma única maneira. Ela contém uma grande variedade de métodos que podem se aplicados, dependendo das circunstâncias locais. A atitude da universidade com respeito à transferência de tecnologia é de grande importância.

Uma maior relação da universidade com as empresas e uma mudança na sua maneira de transmitir conhecimentos e suscitar esperanças nas pessoas, em relação ao seu futuro, poderá levar ao fortalecimento daquilo que Bolton (1993a) chama de paradigma empresarial.

Com a criação das incubadoras de empresas de base tecnológica, nas universidades europeias, notadamente Cambridge, no Reino Unido, descortinou-se um novo horizonte para os pequenos empreendedores, estudantes ou não, com uma boa ideia na cabeça mas sem condições de viabilizá-la, por falta de apoio técnico e financeiro.

Na incubadora de empresas, o futuro empresário pode desenvolver o seu produto com um baixo custo e menor possibilidade de fracasso, graças ao apoio que recebe. Esse apoio pode se dar na forma de orientação para captação de financiamento, aconselhamento quanto ao mercado e registro do produto (marcas e patentes), consultoria tecnológica por parte de professores especialistas no assunto e a um custo muito reduzido de serviços de administração e apoio.

Por ser a incubadora uma instituição que abriga e apoia vários empreendedores ao mesmo tempo e no mesmo ambiente físico, muitos dos custos que o empreendedor teria, se estivesse estabelecido isolado, são rateados entre todos os incubados.

As incubadoras de empresas têm auxiliado bastante as pessoas que, em um certo momento de suas vidas, resolvem ser empresárias, deixam seus empregos e iniciam seus próprios empreendimentos. Na maioria desses casos vão buscar o apoio tecnológico das universidades.

O desmembramento de empresas (*spin-off*), também tem contribuído para o surgimento dessas pessoas, os *spin-off* físicos, nome que é dado também a esses empreendedores.

Diz Tomasko (1994, p. 156-7) que:

a prática do desmembramento de partes das grandes empresas se tornou comum durante os anos 80, e tem permanecido popular mesmo após o desaparecimento de muitos dos mecanismos financeiros que naquela década serviram de lubrificantes para várias reestruturações. Os desmembramentos (*spin-off*) foram naquela época efetuados basicamente para beneficiar o preço das ações da empresa matriz; atualmente eles são mais comumente efetuados para possibilitar a realização de melhoramentos operacionais.

A prática da terceirização tem contribuído bastante para o surgimento do *spin-off* físico.

Em Alagoas, onde a modernização da gestão ainda encontra-se em fase incipiente, a terceirização tem despertado interesse. Segundo SANTOS (1994:42), pesquisa recente, junto ao empresariado local, identificou, em 64,1% dos pesquisados, o desejo de terceirizar.

Terceirização, pequenos e novos negócios parece que andam juntos. É possível que esse desejo dos empresários incentive o surgimento de empreendedores que, a partir da universidade, descubram que sua vocação está em empregar e não em ser empregado.

Diversas universidades brasileiras estão com programas de incentivo à atividade empreendedora. Algumas encontram-se em estágio mais avançado e já dispõem de incubadoras, enquanto outras ainda discutem o quê e o como fazer. Observa-se, entretanto, que as universidades onde esses programas estão mais avançados encontram-se no sul do país. No Nordeste, poucos programas estão sendo iniciados ou consolidados.

Na Universidade Federal de Alagoas, que atua com incubadoras e já dispõe de vários cursos onde se ministram disciplinas de empreendedorismo, com destaque para os cursos de Administração e Ciências da Computação, pioneiros da implantação dessa disciplina, antes de mais nada tornou-se necessário identificar se os estudantes universitários têm potencial para serem empresários no futuro.

Justificou-se então pesquisar o potencial do estudante universitário para gerar novos empreendimentos. A aparente inexistência de dados sobre o potencial das pessoas e a atividade empreendedora, no Nordeste, tem, em certos momentos, evitado ações que promovam melhor o desenvolvimento da região, no que diz respeito ao surgimento de novos negócios que gerem empregos e riqueza.

Os objetivos da pesquisa foram: verificar o potencial empreendedor em estudantes da Universidade Federal de Alagoas, verificar o potencial empreendedor de estudantes dos cursos de administração, pedagogia, ciências da computação, direito, agronomia, engenharia civil, química e engenharia química e comparar os potenciais empreendedores de alunos de diferentes cursos.

## 2. METODOLOGIA

O trabalho de pesquisa foi feito em várias etapas incluindo levantamento bibliográfico, aplicação de questionários, tabulação dos questionários e análise dos resultados. Após a aplicação dos questionários os mesmos foram processados em computador utilizando-se os seguintes *softwares*: Excel, SPSS for Windows e Statistica/W.

Para melhor utilização dos dados definiu-se operacionalmente que os escores obtidos deveriam ser recodificados em cinco categorias, a saber: 1 - pontuação obtida de 5 a 8; 2 - pontuação obtida de 9 a 12; 3 - pontuação obtida de 13 a 16; 4 - pontuação obtida de 17 a 20 e 5 - pontuação obtida de 21 a 25.

Dessa forma foi possível obter-se cinco categorias, definidas operacionalmente como potencial empreendedor: muito fraco, fraco, normal, forte e muito forte.

Quanto ao questionário optou-se pela aplicação de material desenvolvido pela Management Systems International - MSI.

## 3. REVISÃO DA LITERATURA

Pesquisa realizada sobre o industrial alagoano (SANTOS, 1994a, p. 24), identificou que 40,2% das indústrias pesquisadas foram fundadas após 1980, o que leva a considerar o quanto é grande o número de empresas relativamente novas.

A mesma pesquisa também identificou que 56,9 % dos empresários pesquisados fundaram suas empresas. Apenas um pequeno percentual (18,5 %) teve suas empresas fundadas por seus pais e ancestrais. Quando indagados a respeito dos fatores que determinaram o início da sua atividade empresarial, 38,5 % responderam que foi o desejo de ser empresário. Esse percentual foi muito maior do que os 26,2 % de empresários que disseram que a família já explorava o ramo.

Cunha (1993, p. 3) diz que "a ideia de um negócio surge a partir da identificação de uma oportunidade". Para ele a busca pode seguir diferentes caminhos:

- Identificação de necessidades
- Observação de deficiências
- Observação de tendências
- Derivação da ocupação atual
- Procura de outras aplicações
- Exploração de *hobbies*
- Lançamento de moda e
- Imitação do sucesso alheio.

Ainda é Cunha (1993, p; 3-6) quem diz, citando dados de pesquisa realizada pela Management Systems International, que as características do comportamento empreendedor são:

- Busca de oportunidades e iniciativa

- Persistência
- Correr riscos calculados
- Exigir qualidade e eficiência
- Assumir compromissos
- Buscar informações
- Estabelecer metas
- Planejar e monitorar sistematicamente
- Ser persuasivo e construir rede de contatos
- Ser independente e autoconfiante".

Essas características decerto são importantes pois sem elas é provável que não adiante nada ser oriundo de família que se dedica aos negócios, ter disponibilidade de capital ou vislumbrar potencial de mercado ou lucro.

Na opinião de Halloram (1994, p. 7) "provavelmente a característica mais importante que um empreendedor deve ter é a confiança, pois haverá dias em que tudo dará errado, (...) A determinação, entretanto, é o que vai motivá-lo para encontrar a luz no fim de tunel, (...) A criatividade é que vai distingui-lo da concorrência.

A motivação para a atividade empreendedora já foi abordada por McClelland (1974, p. 147-54), Litwin (1974, p. 133-46) e Wainer e Rubin (1969, p. 155-62) em alguns estudos que ligaram, entre outras coisas, o desejo de realização à boa performance empresarial.

Falando sobre os fatores que motivam um bom gerente, McClelland e Burnham (1995, p. 126) indagam: "O que gera ou motiva um bom empresário?" e dizem que "algumas pessoas podem dizer que um bom empresário é aquele que alcança sucesso (...) A chave para o sucesso é frequentemente interpretada pelo que os psicólogos denominam de 'necessidade de conquista' isto é, o desejo de realizar melhor ou com mais eficiência algo já feito anteriormente".

Segundo Toal, Stringer e Monds (1992, p. 7), "o empreendedor busca mudanças, responde e tira proveito delas, oportunizando-as e frequentemente desenvolvendo negócios a partir daí. Negócios baseados em tecnologia dependem de empreendedores competentes com habilidades ou conhecimentos científicos e tecnológicos".

Para Cunha (1993:1-3) "empreendedor é alguém que assume riscos calculados, inova e tem objetivos precisos", sendo (...) "impossível se criar uma economia forte e competitiva sem a presença de empreendedores e de pequenas e médias empresas".

A ideia de se incentivar o surgimento de novas pequenas e médias empresas e o fortalecimento das existentes vem tomando cada vez mais fôlego no Brasil. Instituições como o SEBRAE, SENAC e Federações das Indústrias vêm dando apoio e incentivando ações nesse sentido. Esses apoios são por demais importantes para o fortalecimento dos médios e microempresários, pois, segundo Mugge (1993, p. 10), "a vantagem competitiva das nações em um futuro próximo dependerá fortemente da existência de pequenas e médias empresas". É a partir dessa percepção que Santos (1994b, p. 5) afirma: "em vez de formar empregados as escolas devem formar empreendedores". Ainda para SANTOS (1994b, p. 5), "dentro dessa nova ótica, formar futuros empreendedores que gerem seu próprio emprego e empregos para os que não tiveram a oportunidade de ir para a Universidade é um dos caminhos para o aproveitamento de mão de obra e riquezas".

Algumas ações de incentivo a novos empreendedores têm dado prioridade atualmente a tecnologias de ponta e àquelas em que o conhecimento é o capital. Para Marcovitch (1993, p.

xv), "atualmente, os produtos valem mais pelos conhecimentos incorporados neles que pelas matérias-primas ou mão de obra".

Dentro desse espírito a Universidade de Cambridge, no Reino Unido, incentivou o surgimento de novos empreendedores através de sua incubadora de empresas de base tecnológica. Essa ação foi o que Bolton (1990b, p. 1) chamou de *the second Cambridge Phenomenon* "quando no início dos anos 70 um pequeno mas crescente número de pessoas começou negócios baseados em tecnologia".

Tentativas individuais de iniciar o próprio negócio tem se valido de incubadoras e outros métodos como o *franchising* e a terceirização a partir de dentro de grandes empresas que incentivam seus funcionários e/ou executivos a utilizando-se do seu *know how*, iniciar seu próprio negócio e tornar-se um fornecedor.

Na opinião de Costa (94:10) "um processo de terceirização devidamente planejado permite o alcance de resultados positivos concretos, como: racionalização da estrutura organizacional da empresa e a consequente redução de níveis hierárquicos e custos administrativos".

Talvez por ser uma opção ainda nova no país, a terceirização tem encontrado dificuldades. Segundo Capaverde (1992, p. 25)

pesquisa apresentada pela Federação das Associações Comerciais do Rio Grande do Sul (Federasul) levantou aquelas que para os empresários e executivos são as principais dificuldades enfrentadas para a terceirização (...) o que mais preocupa é a impossibilidade de manter o mesmo padrão de qualidade. O segundo item nas preocupações de empresários e executivos é a dificuldade de encontrar fornecedores tecnicamente habilitados.

Tais condições talvez possam ser eliminadas ou diminuídas substancialmente no futuro com o surgimento de novos empreendedores, a partir das universidades, desde que sejam criadas as condições necessárias para isso.

Essas condições deverão começar pela identificação de potencial em jovens estudantes, em cursos que apresentem características ligadas aos negócios, a tecnologia ou a uma interface que una a produção do conhecimento a sua transformação em empreendimento comercial.

## 5. RESULTADOS

Foram entrevistados 365 estudantes da Universidade Federal de Alagoas, distribuídos por 8 cursos (Tabela 1).

Inicialmente pretendeu-se verificar o potencial empreendedor em alunos dos cursos de administração, pedagogia, ciências da computação, engenharia civil e química. Entretanto em função do desejo de estudantes dos cursos de agronomia e engenharia química de participarem da pesquisa, os mesmos foram incluídos na aplicação dos questionários.

Dadas as dificuldades de acesso aos alunos, em função de horários de aulas conflitantes, não foi possível utilizar, como se queria no início da pesquisa, uma amostra aleatória. Foi feita então uma amostra por acessibilidade.

O curso de administração, objeto de maior interesse na pesquisa, teve o maior contingente de pesquisados (26,6%). A inclusão do curso de direito (4,7% dos pesquisados) deu-se em razão do interesse de comparar pessoas de um curso que não tem tradição empreendedora com oriundos de outros cursos onde existe essa tradição.

Como poderá ser visto mais adiante o curso de administração apresentou os melhores percentuais, na média das características pesquisadas, para os fatores forte e muito forte. Como o curso de administração está intrinsecamente ligado a área de negócios esse resultado é coerente com o perfil das pessoas que o procuram.

Os resultados, em termos de potencial, apresentados pelos alunos de administração, indicam os bons resultados de um direcionamento para tornar os alunos desse curso futuros empreendedores. Como é muito difícil transformar pessoas sem potencial em bons empreendedores pode dar mais resultados investir em quem tem esse potencial.

**Tabela 1:** Distribuição de frequência dos alunos entrevistados por respectivo curso

Curso	Frequência	Percentual
Administração	97	26,6
Agronomia	49	13,4
Engenharia Civil	56	15,3
Computação	24	6,6
Direito	17	4,7
Engenharia Química	23	6,3
Pedagogia	50	13,7
Química	49	13,4

Apesar de não se poder inferir que os resultados obtidos representam a totalidade da Universidade Federal de Alagoas, os mesmos são estimulantes, pois mostram (Tabela 2) que há uma forte presença de potencial empreendedor. 73,2% dos respondentes demonstraram esse potencial, dentro dos parâmetros que foram estabelecidos. Quando comparado com os percentuais de respondentes das condições de potencial fraco e normal (26,0%) pode-se verificar a sua magnitude.

**Tabela 2:** Potencial empreendedor dos alunos pesquisados

Condição do potencial	Frequência	Percentual
Fraca	7	1,9
Normal	88	24,1
Forte	267	73,2
Muito forte	3	,8

Isso mostra, que para os cursos pesquisados, é possível encontrar pessoas que têm a vontade de empreender e apresentam condições que se trabalhadas possivelmente as estimulem a se tornarem empreendedores e montar, quem sabe, o seu próprio negócio.

Entretanto esses dados devem ser vistos apenas como indicadores, dado que foram obtidos das médias dos escores das características pesquisadas.

No entanto, para os propósitos do pesquisador, que procura indicadores, e que pretende continuar estudando a matéria, esses dados são otimistas, pois mostram que há potencial empreendedor dentro da Universidade Federal de Alagoas. Deve-se ficar claro, porém, que potencial é algo que existe em estado latente. É necessário investimento nesse potencial para que ele se desenvolva, cresça e mostre resultados.

Busca de oportunidades e iniciativa e Persistência mostraram bons percentuais nas características normal e forte, sobressaindo-se a característica forte (Tabela 3). No entanto Persistência mostrou maiores percentuais na característica forte e quase o dobro na característica muito forte, quando comparado com o fator Busca de oportunidades e iniciativa.

Isso é muito importante, pois sem persistência muitos negócios terminam fracassando. Apesar de serem dois fatores importantes, o segundo suplanta o primeiro, dado que ele é o responsável pela continuidade da ação empresarial. O alto valor percentual para esse fator, nos alunos pesquisados, é bastante animador.

**Tabela 3:** Percentuais de respondentes segundo as condições das características empreendedoras

Características	Condições				
	MF	FR	NO	FO	MF
Busca de oportunidades e iniciativa	,3	4,7	37,0	49,9	8,2
Persistência	,5	3	26,8	54,2	15,3
Comprometimento com contratos de negócio	1,4	11,5	37,5	43,8	3,8
Demanda de eficiência e qualidade	0,0	5,2	21,9	49,3	23,6
Correr riscos	2,2	17,3	46,3	30,7	3,6
Determinação das metas	,8	6,6	35,6	48,5	8,5
Busca de informações	,3	6,3	30,7	47,9	14,8
Planejamento e monitoramento sistemáticos	,3	1,4	9,3	35,1	54,0
Persuasão e redes de contato	,5	5,5	29,0	52,9	12,1
Independência e autoconfiança	,3	2,7	18,6	54,5	23,8

Nota: MF = Muito fraco, FR = Fraco, NO = Normal, FO = Forte, MF = Muito forte

A característica comprometimento com contratos de negócio mantém os mesmos níveis dos fatores anteriores. Há um certo declínio na característica forte, mas não chega a comprometer os resultados.

Esse fator é crucial para quem deseja enveredar por atividades comerciais e industriais porque está ligado a credibilidade do empresário. Quem não consegue manter o cumprimento dos contratos celebrados, pouco a pouco, perde a credibilidade dos parceiros comerciais ou clientes, e isso certamente contribuirá para o fracasso do seu empreendimento.

Em Comprometimento com contratos de negócio pode-se observar que a condição fraca apresenta um percentual superior a 10%. Algumas pessoas ainda têm dificuldades em assumir compromissos e outras intencionalmente descumprem aquilo com que se comprometeram. Como os resultados obtidos refletem o pensamento de pessoas que ainda não são profissionais, é possível que esses percentuais reflitam apenas uma forma de comportamento tipicamente estudantil.

Os percentuais de pessoas com as condições forte e muito forte atingiram conjuntamente mais de 70% para a característica Demanda de eficiência e qualidade. Essa característica, que trata de uma condição muito importante para o sucesso nos negócios, nos dias de hoje, mostra que a cultura da qualidade está gradativamente passando a fazer parte da preocupação das pessoas.

Pode-se observar pela tabela que a característica muito fraca não apresentou nenhuma frequência de respondentes e a característica fraca teve um percentual muito pequeno.

É importante que essa demanda de eficiência e qualidade seja praticada também no próprio curso que esses estudantes frequentam, exigindo melhor qualidade de ensino.

Já as características relacionadas a Correr riscos e Determinação de metas não apresentaram esses mesmos percentuais. Apesar de apresentarem bons percentuais na

condição forte, tiveram fracos desempenhos na condição muito forte. Seria desejável um melhor desempenho nessa condição.

Nas características Busca de informações e Planejamento e monitoramento sistemáticos, no entanto, os percentuais voltam a ficar altos na junção das condições forte e muito forte. A segunda característica obteve mais de 50% de frequência. Como ela é muito importante para o sucesso do empreendedor, é importante ter obtido esse quantitativo.

Outra característica também muito importante, Persuasão e redes de contato, não manteve o percentual da característica Planejamento e monitoramento sistemáticos, para a condição muito forte. Entretanto as altas frequências percentuais, obtidas pelas condições normal e forte, mostram que há também uma grande preocupação com a questão de poder. Isso fica evidenciado pelos resultados da característica Independência e autoconfiança, onde a condição forte ultrapassa o valor obtido na característica Persuasão e redes de contato e obtém uma boa frequência percentual na condição muito forte. Realização e poder estão de certa forma ligados e poder é uma das necessidades dos bons administradores.

Comparando-se os cursos onde os alunos foram pesquisados observou-se que as características Oportunidade e Persistência mostram maiores somas nos percentuais das condições forte e muito forte nos cursos de administração e pedagogia. Entretanto quando esses cursos são comparados pelo teste de Kruskal-Wallis vê-se que apenas na característica Persistência há diferenças entre eles. Para a característica oportunidade não existem diferenças estatisticamente significativas, ao nível  $\alpha$  de 0,05. O que se deduz desses dados é que embora dois cursos tenham aparentemente mostrado melhores escores, somente em uma característica esses escores indicam que eles destacam-se dos demais. Na outra característica, a distribuição dos escores pelas várias condições pesquisadas, não leva a supor a existência de diferenças entre um curso e outro.

O teste de Kruskal-Wallis, usado para verificar se existem diferenças significativas entre os vários cursos, no todo e em relação a cada um dos fatores, organiza as informações por postos, determina a soma dos postos e estabelece se essas somas são tão díspares que indiquem que as amostras não são da mesma população. Com isso é possível determinar se entre os vários conjuntos pesquisados alguns deles têm diferenças.

Quanto a característica Comprometimento os dados obtidos mostraram que os cursos de administração e direito obtiveram os melhores resultados no somatório dos percentuais das condições forte e muito forte. O teste de Kruskal-Wallis indicou serem significativos esses resultados.

Contrastando com os resultados da característica Comprometimento, a característica eficiência não obteve estatísticas significativas que indicassem algum curso sobressaindo-se dos demais. Os resultados obtidos mostram bons percentuais no somatório das condições forte e muito forte em todos os cursos pesquisados.

A característica Planejamento mostrou percentuais muito bons na condição muito forte, todos acima de 40%. Nenhum curso sobressaiu-se nessa característica. Os resultados do teste de Kruskal-Wallis não mostraram significância estatística no nível  $\alpha$  de 0,05.

A característica Riscos teve seus maiores percentuais, no somatório das condições, nos cursos de Administração e Pedagogia. O Teste de Kruskal-Wallis indicou para esse fator a existência de diferenças entre os escores dos vários cursos. Esses resultados mostram indicações de que os alunos dos cursos de Administração e Pedagogia têm maior potencial para assumirem riscos do que seus colegas dos outros cursos pesquisados.

Na característica Informação o curso de Agronomia obteve o maior percentual no somatório das condições forte e muito forte, sendo seguido pelo curso de Administração.

Entretanto outros cursos como Pedagogia, Computação e Direito obtiveram altos percentuais. Os resultados da aplicação do teste de Kruskal-Wallis para as características Metas e Informação não indicaram significância estatística para a afirmativa de que algum curso se sobressai sobre os demais. Os percentuais obtidos por cada curso e em cada condição não diferem significativamente dos demais.

O curso de Administração obteve o maior somatório percentual nas condições forte e muito forte da característica Contatos. Logo após destacou-se o curso de Engenharia Civil. Outros cursos como Pedagogia, Ciências da Computação, Agronomia, e por último, Direito, obtiveram percentuais acima de 50%.

O teste de Kruskal-Wallis mostrou para o nível  $\alpha$  de 0,05, a existência de diferenças nos escores dos vários cursos. O curso de Administração teve o maior número de alunos com altos escores na característica.

A habilidade em estabelecer contatos é muito importante para quem deseja ser empreendedor. Talvez seja essa a razão pela qual os cursos citados, onde há maior possibilidade de seus profissionais praticarem relacionamento mais estreito com o público, terem apresentado melhores escores.

A característica Independência apresentou altos percentuais no somatório das condições forte e muito forte, o que é muito bom. O teste de Kruskal-Wallis por seu lado, indicou que nenhum curso se sobressaiu nessa característica. As diferenças estatísticas não foram significativas.

Observando-se os resultados das várias características pesquisadas conclui-se que não há uniformidade quanto os resultados. Em algumas características há a proeminência de alguns cursos, enquanto em outras a distribuição estatística não apresenta diferenças significativas. Isso leva a conclusão de que as condições definidas para cada característica estão distribuídas de maneira não uniforme nos vários cursos. Entretanto alguns deles, como é o caso do curso de Administração, apresentam sempre altos percentuais, nas condições mais importantes, em todas as características.

A média das condições de todas as características, em todos os cursos, mostra alguns fatos interessantes: a predominância de alguns cursos, os baixos valores percentuais em muito forte e a inexistência de muito fraco.

Como estamos lidando com dados ordinais, as médias obtidas devem ser vistas com cautela e apenas como referencial. Entretanto, podem ser indicadoras de tendência.

O teste de Kruskal-Wallis, indicou a predominância de alguns cursos, a saber: Administração, Pedagogia e Agronomia. Esses cursos, bem como todos os demais, apresentaram os maiores percentuais na condição forte.

A partir daí pode-se concluir que para a média das características, nas suas diversas condições, todos os cursos pesquisados apresentaram bom desempenho na condição forte, mas o curso de Administração apresentou pior desempenho nas condições fraco e normal o que o destacou no todo junto aos demais. Pelos resultados do teste de Kruskal-Wallis, para a média das características, o curso de Administração apresenta o maior potencial empreendedor, entre os seus alunos.

## 6. CONCLUSÕES

Os resultados da pesquisa sobre o potencial empreendedor dos estudantes da Universidade Federal de Alagoas nos levam a concluir que existe, para os cursos pesquisados, um bom e grande caminho a ser percorrido. Quando se trata de potencial, apenas a sua

existência, como é o caso da UFAL, não indica que haverá sucesso fácil para todos. Potencial é apenas algo que está latente, que precisa ser desenvolvido.

A pesquisa indicou bons níveis de potencial empreendedor em vários cursos. Agora é necessário que se faça algo para desenvolver esse potencial e transformá-lo as pessoas que o detém em empreendedores que no futuro criem empresas ou sejam profissionais de sucesso.

A partir da identificação desse potencial a Universidade deve investir no melhor direcionamento dos seus cursos para desenvolver esse potencial e por outro lado planejar de forma estratégica, no sentido de estabelecer objetivos dentro de uma visão de futuro que priorize a formação de criadores de empregos e não de empregados.

Deve-se aqui estabelecer uma distinção entre o criador de empregos e o empregado. Não se advoga a elitização da Universidade, preparando apenas pessoas oriundas do meio empresarial. O que se sugere é o incentivo as pessoas para que criem os seus próprios negócios, gerem seus próprios empregos e empregos para quem não conseguiu chegar a Universidade.

O caminho para o alcance desse objetivo passa necessariamente pela criação de uma incubadora de empresas e pela instalação de uma escola de novos empreendedores. Sugere-se como resultado dessa pesquisa, que identificou potencial empreendedor em alunos da UFAL, o surgimento de uma nova mentalidade universitária, voltada não para o presente e sim para o futuro.

## 7. REFERÊNCIAS

- CAPAVERDE, L. G. Terceirização, o jogo do ganha-ganha. *Revista do Mercosul*, Rio de Janeiro, n.7, p.25, 1992.
- CARAVANTES, G. R. *Brasil: ordem & caos*. Porto Alegre: AGE/FATEC, 1993.
- CARAVANTES, G. R. *Recursos humanos estratégicos para o 3º milênio*. Porto Alegre: AGE/FATEC, 1993.
- COSTA, M. S. Terceirização/parceria e suas implicações no âmbito jurídico sindical. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v.34, n.1, 1994.
- CUNHA, C. J. C. A. *O empreendedor: importância e características*. Florianópolis, Fundação CERTI, 1993 (mimeografado).
- BARNEVELD, D. The role of the university in the development of technology-based companies. LATIN AMERICAN SEMINAR ON THE DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY-BASED ENTERPRISES, 1., Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Anprotec, 1993.
- BOLTON, W.K. *The enterprise paradigm* LATIN AMERICAN SEMINAR ON THE DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY-BASED ENTERPRISES, 1., Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Anprotec, 1993.
- BOLTON, W.K.. Lessons from Cambridge phenomenon. *University of Baltimore Business Review*, v. 10, n. 2, 1990.
- PEREIRA, L. C. B. Desenvolvimento econômico e o empresário. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 32, n.3, 1992.
- BRITO, C. R. *Processo de incubação de empresas associado à Universidade de São Paulo*. São Paulo, USP, 1993 (mimeografado).
- DRUCKER, P. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1991.
- LITWIN, G. H. Climate and motivation: an experimental study. In: KOLB, D. A.; RUBIN, I. M.; McINTYRE, J. M. (eds.) *Organizational psychology: a book of readings*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1974.
- MARCOVITCH, J. Gestión de la innovación y el desarrollo tecnológico. In: PLONSKY, Guilherme Ary (ed.) *Cooperacion empresa-universidad en Ibero-America*. São Paulo: CYTED, 1993.
- McCLELLAND, D. C. That urge to achieve. In: KOLB, D. A.; RUBIN, I. M.; McINTYRE, J. M. (eds.) *Organizational psychology: a book of readings*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1974.

- McCLELLAND, D. C.; BURNHAM, D. H. Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, Boston, v.73, n.1, 1995.
- MEDEIROS, J. A. et al. *Polos, parques e incubadoras*. Brasília: Editora do CNPq, 1992.
- MONDS, F. et al. *Policy for innovation*. Paris: UNESCO, 1992.
- MUGGE, M. *Stimulation & support of new small enterprise development*. Florianópolis, Fundação CERTI, 1993 (mimeografado).
- HALLORAN, J. H. *Por que os empreendedores falham?* São Paulo: Makron Books, 1994.
- SANTOS, P. C. F. *O setor industrial de Alagoas: perfil do empresário e sua empresa*. Relatório de Pesquisa, Maceió, UFAL, 1994.
- SANTOS, P. C. F. *Projeto de reformulação curricular e mudança do regime acadêmico do curso de administração*. Maceió, UFAL, 1994 (mimeografado).
- SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- TOAL, B.; STRINGER, J.; MONDS, F. *Managing innovation*. Paris: UNESCO, 1992.
- TOMASKO, R. M. *Rethinking: repensando as organizações*. São Paulo: Makron Books, 1994.
- WAINER, H. A.; RUBIN, I. M. Motivation of research and development entrepreneurs: determinants of company success. In: KOLB, D. A.; RUBIN, I. M.; McINTYRE, J. M. (eds.) *Organizational psychology: a book of readings*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1974.