

**PROPENSÃO EMPREENDEDORA EM ALUNOS DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFAL: UMA ANÁLISE
COMPARATIVA COM ESTUDANTES DAS MODALIDADES
PRESENCIAL E A DISTÂNCIA.**

Suziane de Alcântara Santos
bacharela em administração
Universidade Federal de Alagoas
Alagoas/Brasil, suzyane@gmail.com
+55 82 3214 1224

Anderson de Barros Dantas, Dr.
Universidade Federal de Alagoas
Alagoas/Brasil
anderson.dantas@ccsa.ufal.br
55 3214 1236

Paulo da Cruz Freire dos Santos, Dr.
Universidade Federal de Alagoas
Alagoas/Brasil
pcfs@ccsa.ufal.br
+55 82 3214 1223

Maria Aparecida da Silva, Dr^a.
Universidade Federal de Alagoas
Alagoas/Brasil
mapasilva@ccsa.ufal.br
+55 3214 1223

**PROPENSÃO EMPREENDEDORA EM ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO DA UFAL:
UMA ANÁLISE COMPARATIVA COM ESTUDANTES DAS MODALIDADES
PRESENCIAL E A DISTÂNCIA.**

RESUMO

Este trabalho apresenta os principais resultados de um estudo quantitativo realizado com os alunos do ensino Presencial e a Distância da Universidade Federal de Alagoas, com objetivo de observar o comportamento de determinadas características empreendedoras no público pesquisado. Para tanto, tomou-se como base amostral, 374 questionários. Foram feitas comparações entre médias usando o teste estatístico não-paramétrico *Mann-Whitney U* para duas amostras independentes e de variâncias usando-se o teste *Kruskal-Wallis*. Os resultados encontrados mostraram que esses dois públicos possuem perfil empreendedor, e são assemelhados, principalmente no que correspondem as características: Busca de Oportunidade, Capacidade de Cumprir e Estabelecer Metas, Poder de Persuasão e Rede de Relacionamentos.

Palavras-chave: Empreendedorismo, educação presencial, educação à distância, características empreendedoras.

**ENTREPRENEURIAL INTENTION IN BUSINESS STUDENTS OF THE UFAL: A
COMPARATIVE ANALYSIS WITH OF THE TRADITIONAL AND DISTANCE
STUDENTS.**

ABSTRACT

This paper presents the main results of a quantitative study with business students engaged in traditional and distance business courses of the Federal University of Alagoas – UFAL. The aim was to observe the entrepreneurial characteristics in this people. A total of 374 students were researched. Comparisons between averages were done using the non-parametric statistical test of Mann-Whitney U for two independent samples and variances using the test of Kruskal-Wallis. The results found showed that the two groups own entrepreneurial profile and similarities, within of the characteristics: opportunity search, capacity of accomplishing and to establish goals, relationships network and power of persuasion.

Key-words: entrepreneurship, traditional education, distance learning, entrepreneurial characteristics

1. INTRODUÇÃO

O crescente avanço da globalização e da competitividade nas organizações tem provocado um crescimento das pesquisas relativas ao campo do empreendedorismo. A economia passa por um momento de transformação, onde instituições tradicionais, de grande porte, fragmentam-se e disputam acirradamente com as pequenas e médias estruturas, as quais precisam, cada vez mais, de pessoas preparadas para lidar com as contingências globais. Diante deste quadro de mudanças, faz-se necessária a formação de um novo perfil de indivíduo. A preocupação com personalidades inovadoras e capazes de correr riscos é iminente. Esta é considerada a “era do empreendedorismo”

Para que, no futuro, haja seres capazes de acompanhar as tendências de mercado e colaborar para a formação de uma sociedade mais bem estruturada, vislumbra-se o investimento maciço em programas educacionais de formação de empreendedores nas escolas brasileiras. Ser empreendedor não está fundamentado apenas em ter um negócio próprio e gerar capital, fato que também é verdadeiro; mas o conceito desta capacidade vai além das quatro paredes de uma empresa e compõe um conjunto de características que culminam na capacidade de realizar algo diferente, que seja capaz de acompanhar e provocar mudanças na sociedade. De acordo com DOLABELA (2003), a retração do nível de empregos é refletida pelo aumento da procura pelo aumento da capacidade empreendedora. Mas há ainda outros fatores, decorrentes do estabelecimento de novos padrões sociais e políticos, que incentivam esta busca.

Paralelo a isso, vem acontecendo uma fase de mudança do ensino presencial para o ensino virtual e das mídias unidirecionais, como o jornal, a televisão e o rádio, para mídias mais interativas como a internet. Diferente do ensino habitual, a educação a distância traz consigo uma maneira nova de aprendizagem, envolvendo autonomia, características próprias do aluno, tais como: audição dinâmica e habilidades para trabalhar distante de seu instrutor.

O curso de administração da Universidade Federal de Alagoas - UFAL possui duas modalidades de ensino: presencial e a distância, com dois projetos pedagógicos distintos. Ao

estudar administração, os alunos podem ter propensão ao empreendedorismo em qualquer modalidade em que ele se insere, seja por meio da busca de novos conhecimentos e/ou aperfeiçoamento dos já existentes, ou ainda, essa intenção pode surgir naturalmente. Restou saber se existiam semelhanças em relação a propensão empreendedora desses alunos, a partir das características propostas pela literatura adotada como: Autocontrole, Busca de Oportunidade, Capacidade de Estabelecer e Cumprir Metas; Eficiência; Intenção de Empreender; Poder de Persuasão e Rede de Relacionamentos.

2. OBJETIVO

O presente trabalho tem como objetivo geral, avaliar se existem diferenças significativas no potencial empreendedor dos alunos de ensino Presencial (alunos de Maceió) e a Distância do curso de administração da UFAL.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Características empreendedoras

A necessidade por competências e habilidades faz com que as pessoas procurem preparar-se mais para se inserirem no mundo do trabalho. Em vista disso, muitas instituições de ensino estão se adaptando para disseminar a cultura empreendedora. No entanto, não se pode garantir de imediato o sucesso ou insucesso de uma pessoa dotada de características essenciais ao empreendedor, pois, apesar de ser bastante estudado, o empreendedorismo ainda não é dado como uma ciência e não há padrões que o comprometam (DOLABELA, 2003).

O empreendedorismo pode ser interpretado por diversos pontos de vistas. Para os economistas, escola que deu início a pesquisas acerca do tema, o empreendedorismo tem como base a criação de organizações inovadoras, onde riscos e incertezas são administrados em busca de lucratividade. A escola comportamentalista buscou traçar o perfil do empreendedor, baseado em sua personalidade. Segundo Tavares e Lima (2004), os comportamentalistas ainda não reconheciam a necessidade de auto-realização como fator motivador das atitudes empreendedoras. Atualmente há um grande choque de informações a respeito do que definiria perfeitamente o empreendedorismo e seus agentes, porém, a escola dos traços de personalidade busca aglomerar características pessoais em comum entre os

indivíduos considerados empreendedores, para que sejam estabelecidos parâmetros, com ênfase no comportamento, ou na orientação de processos desempenhados pelo empreendedor.

Desde a época de Schumpeter (1959), a teoria trata o empreendedor como uma pessoa apta a realizar inovações, fazer coisas diferentes. Isso exige um comportamento pró-ativo e criativo. O empreendedor deve estar apto a definir os parâmetros do que pretende realizar e os meios utilizados para alcançar o resultado desejado. Dessa maneira, uma das grandes diferenças entre o empreendedor e os demais é que este define o objeto que vai determinar seu próprio futuro (FILION, 2000). Ele é, com frequência, considerado uma pessoa que sabe identificar as oportunidades de negócios, possui habilidades, necessidades diferenciadas e que sabe se organizar para progredir. Assim, a essência do trabalho do empreendedor consiste em definir contextos Compreende-se dessa forma que o empreendedor é alguém capaz de se adaptar às mudanças, enxergando-as como oportunidades de desenvolvimento.

Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedor era inato, que nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essa característica eram desencorajadas a empreender. Hoje em dia, esse discurso mudou e, cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil de empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento (JUCHEM, 2003).

O empreendedorismo se associa à inovação, ousadia e concretização, à capacidade de criar oportunidades e também ao fato de correr riscos calculados. Também associados aos conceitos de empreendedorismo estão a criação de um novo negócio ou de implantar inovações.

Contudo, o entendimento de empreendedorismo não se fundamenta apenas no conceito econômico de abertura de um novo negócio, mas sim, refere-se a alguém que busca oportunidades e inovação, faz com que seu empreendimento ou empresa na qual trabalha se desenvolva e se mantenha no mercado, concorrendo com as melhores de seu ramo de negócios. O empreendedorismo deve ser entendido como uma forma de desenvolvimento social e econômico de um país, na medida em que faz com que as pessoas deixem de ser excluídas, por meio da geração de empregos e de renda. (CARVALHO e GONZÁLEZ, 2006).

3.2 Empreendedorismo e ensino superior

As investigações revelam que não é estritamente necessário ter um nível de educação elevado para criar um negócio. Contudo, constata-se que um maior nível educativo, e especialmente se relacionado com o campo das ciências empresariais, pode pressupor uma vantagem de base para o potencial empresário (HISRICH, 2004). Com isso, é importante levar em consideração o papel das instituições de ensino superior frente à sociedade do conhecimento, denotando, com clareza, a necessidade de se adotar um paradigma educacional centrado na nova economia, cada vez mais baseada em informações e no conhecimento.

Este paradigma requer para as sociedades um processo contínuo e permanente de aprendizagem (MORAN, 2000), o que corrobora as idéias de Carvalho (2003) quando afirmam que as instituições de ensino superior se caracterizam como um lócus do saber, da liberdade acadêmica e da inteligência, um campo propício para desenvolver o raciocínio independente, criativo e inovador. Nesse contexto, recai sobre as universidades a responsabilidade de associação ao processo de ensino-aprendizagem.

Até o final dos anos 80, havia uma separação entre o setor universitário e o empresarial, mas através da globalização, a tecnologia passou a ser a chave para as empresas e, por isso, foi gerada uma aproximação entre esses setores, fazendo com que uma reavaliação do modelo de formação profissional no Brasil fosse elaborada (FERREIRA e MATOS, 2003).

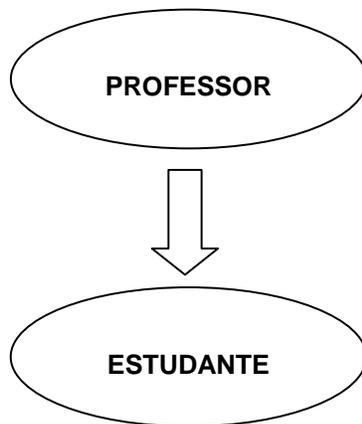
Pesquisas mostram que cada vez mais pessoas estão entrando nas universidades, o que comprova também, mais profissionais inseridos no mercado de trabalho, no entanto, resta saber se o mercado é suficiente para acomodar esse aumento proporcional. Diante disso, torna-se importante o debate sobre o papel das instituições de ensino superior no país. Em um período onde a posse de competência exclusivamente técnica já não é capaz de garantir a inserção de graduados no mercado, iniciativas como a formação empreendedora abre novas possibilidades individuais e sociais (SANTOS et al, 2006). A sociedade necessita de atores capazes de imaginar situações e cenários nos quais se criarão e implantarão projetos, bem como as alternativas para que os mesmos se organizem. Possibilitando, dessa forma, que, passo a passo, a realidade organizacional seja reconstruída para atender não só as demandas, mas as exigências do contexto.

3.3 Modelo de abordagem tradicional *versus* modelos de abordagem empreendedora

Andrade e Torkomian (2003) fazem uma comparação entre a abordagem tradicional, utilizada em instituições de ensino e a abordagem empreendedora, encontrada em programas de educação voltada para o empreendedorismo.

3.3.1 Modelo 01 – Abordagem tradicional - A abordagem tradicional possui seu foco primário no conteúdo em que o professor dirige o aprendizado, sendo este o *expert*. O conhecimento é passado diretamente ao estudante, por sua vez, este tem uma participação passiva dentro de uma programação estruturada, tendo a ênfase em conceitos e teorias, como mostra a **figura 01**(ANDRADE e TORKOMIAN, 2003).

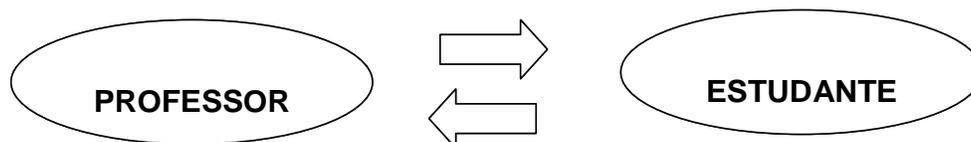
FIGURA 1: Modelo tradicional



Fonte: adaptado de Andrade e Torkomian (2003).

3.3.2 Modelo 02 – Abordagem empreendedora - Quanto à abordagem empreendedora, o foco está no ensino e o estudante dirige o aprendizado, sendo ele mesmo o responsável, formando uma parceria entre estudante e professor em um processo de ensino-aprendizagem. A ênfase, neste caso, está em aplicações práticas (ANDRADE e TORKOMIAN, 2003).

FIGURA 2 – Modelo empreendedor



Fonte: adaptado de Andrade e Torkomian (2003).

O passo principal para a mudança é desenvolver alunos criativos, inovadores, corajosos. Pessoas que corram riscos calculados e busquem soluções novas, diferentes; que saiam do previsível, do padrão, pois a autonomia se constitui na experiência de inúmeras decisões tomadas. O estudante está acostumado a seguir modelos, receitas, fórmulas, padrões, mas é preciso ser pró-ativo e agente das mudanças, ao invés de ficar esperando aparecer oportunidades (MORAN, 2000).

A postura pessoal pró-ativa e o conhecimento agregado individual são as ferramentas contemporâneas mais solicitadas. O profissional do futuro está voltado mais para aspectos solucionais a presenciais, deve ter a capacidade de aprender a aprender, cabendo ao aluno a responsabilidade na busca do conhecimento. Sendo assim, supõe-se a curiosidade e a observação fatores permanentes (ROMANO e LAPOLLI, 2001).

Um conceito de “aluno empreendedor” descrito por Ferreira e Matos (2003), baseia-se no empreendedor individual - aquele que já exerce a atividade empresarial; o que está inserido em um ambiente familiar, participando como sócio ou membro da família e aquele que possui apenas a intenção empreendedora, onde, em algum momento de sua vida se torna empreendedor por já ter algumas características naturais ou agregadas durante sua vida.

Ao considerar que o indivíduo pode receber uma formação empreendedora, faz-se necessário entender os estágios em que se desenvolve o processo de aprendizagem do empreendedor. Segundo Dolabela (1999), um ser humano passa por três níveis de formação, a saber:

- Primário: compreende a família e as pessoas próximas;
- Secundário: refere-se às ligações com algum tipo de atividade ou relacionamento (*network*);
- Terciário: trata-se das referências encontradas em revistas, livros, cursos, viagens e demais eventos ligados à área de interesse.

A maioria dos empreendedores se tornou empreendedores graças à influência de um modelo no seu meio familiar ou próximo, com o qual ele quis se identificar, pois, segundo Dolabela (1999) o agente do empreendedorismo é um ser social, um produto do meio de

convivência, que aprende a ser empreendedor através da convivência com outros empreendedores.

Para Dether (2004), ser empreendedor significar ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, por em prática idéias próprias, características de personalidade e comportamento que nem sempre são fáceis de encontrar.

3.4 Empreendedores *versus* Administradores

A abordagem clássica ressalta a capacidade do administrador em planejar, organizar, dirigir e controlar. Seu cargo, tradicionalmente, difere em dois aspectos: gerentes funcionais e gerentes gerais. Os gerentes funcionais são os que cuidam de áreas específicas, enquanto o gerente geral desempenha tarefas multifuncionais, cria, modifica agendas, incluindo metas e planos para sua organização e desenvolve rede de relacionamentos cooperativos para implantá-los. Na maioria das vezes, os administradores buscam o poder, são especializados, têm temperamentos imparciais e muito otimistas (DORNELAS, 2001).

Para Dornelas (2001), o empreendedor tem um diferencial a mais em relação ao administrador tradicional quando se trata de atitudes e características. O empreendedor é um administrador, mas, com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, possuindo, aquele, visão mais ampla. O empreendedor conhece muito bem o negócio em que atua, motivo pelo qual, quase sempre, faz dele precursor do sucesso. “O gerente é voltado à organização de recursos, enquanto o empreendedor é voltado à definição de contextos” (FILION, 1997, apud, DORNELAS, 2001: 33).

No quadro a seguir estão alguns temas que servem de comparação entre os gerentes tradicionais e os empreendedores (HISRICH, 2004).

Table 1 – administradores tradicionais x empreendedores

Temas	Gerentes tradicionais	Empreendedores
Motivação Principal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária, status, poder, etc	Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro
Referência de tempo	Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensais, etc. e com horizonte de planejamento anual	Sobreviver e atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio
Atividade	Delega e supervisiona	Envolver-se diretamente
Status	Preocupa-se com o status e como é visto na empresa	Não se preocupa com status
Como vê o risco	Com cautela	Assume riscos calculados
Falhas e erros	Tenta evitar erros e surpresas	Aprende com erros e falhas
Decisões	Geralmente concorda com seus superiores, geralmente conselheiros	Segue seus sonhos para tomar decisões
A quem serve	Aos outros (superiores)	A si próprio e a seus clientes
Histórico familiar	Membros da família trabalharam em grandes empresas	Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base do relacionamento	As transações e acordos são a base do relacionamento

Fonte: Hisrich (2004).

4. MÉTODOS

4.1 População/Universo

A presente pesquisa abrangeu um universo de 1200 alunos matriculados nos cursos de administração da UFAL (Universidade Federal de Alagoas), onde se distribuem as modalidades de ensino: Presencial (700) e a Distância (500).

4.2 Tamanho da amostra

O tamanho da amostra foi de 187 para o público a Distância e 187 para os alunos do ensino Presencial. O erro amostral totalizou +/- 0,06, de acordo com a fórmula amostral para populações finitas.

4.3 Tipo de pesquisa e técnica de amostragem

O tipo de pesquisa é denominado descritivo com o emprego da técnica de *survey*, em que foi realizada por intermédio de um processo de abordagem pessoal (MALHOTRA, 2001). Esse estudo utilizou o procedimento de amostragem não probabilística por conveniência.

4.4 Características pré-selecionadas

Foi feita uma pré-seleção das características empreendedoras derivadas dos textos lidos a cerca do tema, tanto de autores nacionais como de autores internacionais. As características estão de acordo com a repetição em que foram discutidas.

Table 2 – características pré-selecionadas

Autores Nacionais	Autores Internacionais
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptação • Autonomia • Autocontrole • Busca da rede de relacionamentos • Busca de capacitação tecnológica • Busca de conhecimento • Busca de Oportunidades • Capacidade de assumir riscos calculados • Capacidade de Planejamento • Capacidade de resolver problemas • Competitividade • Compreensão • Cooperação • Coordenação • Criatividade • Curiosidade • Determinação • Experiência • Eficiência • Flexibilidade • Iniciativa • Inovação • Intenção de Empreender • Liderança • Motivação • Multidisciplinariedade • Necessidade de mudar de vida • Observação • Perseverança • Persistência • Persuasão • Pró – atividade • Rede de Relacionamentos • Responsabilidade • Visão crítica • Visão panorâmica 	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconfiança • Autonomia • Autocontrole • Busca da rede de relacionamentos • Busca de conhecimento • Busca de oportunidades • Capacidade crítica • Capacidade de assumir riscos calculados • Capacidade de estabelecer metas • Capacidade de monitorar sistematicamente • Capacidade de Planejamento • Comprometimento • Comunicação • Cooperação • Criatividade • Destruição criativa • Determinação • Eficiência • Experiência • Independência • Iniciativa • Inovação • Intenção de Empreender • Intuição • Liderança • Motivação • Necessidade de auto-realização • Otimismo • Perseverança • Persistência • Persuasão • Pró – atividade • Rede de Relacionamentos • Responsabilidade

4.5 Características selecionadas

Com base na pré – seleção chegou-se a um consenso na escolha das características empreendedoras a que esta pesquisa se destinou a observar, tanto na modalidade de ensino a Distância como na modalidade de ensino Presencial.

4.5.1 Autocontrole –

controlar dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; revisar constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais; manter registros financeiros e os utilizar para tomar decisões (TAVARES e LIMA, 2004).

4.5.2 Busca de oportunidades

Capacidade de se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios; desenvolver novos produtos e serviços; propor soluções inovadoras. Esta é a característica de coragem do empreendedor de sucesso. Coragem de encarar o desconhecido, pois agem antes de serem forçados pelas circunstâncias (FILION, 2000).

4.5.3 Capacidade de estabelecer e cumprir metas

Assumir metas e objetivos que representam desafios e tenham significado pessoal; definir com clareza e objetividade as metas de longo prazo; estabelecer metas de curto prazo mensuráveis. Os empreendedores de sucesso são pessoas que registram tudo o que querem fazer, vivem fazendo listas sobre tudo. Eles sempre sabem ir, nunca andam a esmo. Estabelecimento de Metas é o motor dos empreendedores, e é a característica mais importante (JUCHEM, 2003).

4.5.4 Eficiência

Decisão de fazer sempre e melhor, buscando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade. Esta característica é a paixão dos empreendedores exitosos. Eles sempre buscam uma forma de melhorar o que fazem, diminuir o tempo, reduzir os custos. Eles sempre estão insatisfeitos com o que fazem. A insatisfação é a energia da mudança. É uma característica contínua (CARVALHO e GONZÁLEZ, 2006).

4.5.5 Intenção de empreender

Convém acrescentar que o estatuto de estudante pode ter influência na intenção empreendedora, uma vez que a experiência profissional pode funcionar como um fator bastante importante na criação de empresas. Em concreto, cabe esperar que os alunos que sejam trabalhadores e estudantes manifestem uma maior propensão à criação de empresas (CARVALHO e GONZÁLEZ, 2006).

4.5.6 Poder de persuasão

O empreendedorismo está intimamente ligado à persuasão. Essa é uma das características fundamentais de um líder porque ele precisa dar exemplo, ter iniciativa. Ele deve saber inspirar pessoas, incentivá-las a buscar resultados sem que haja influência do poder e da hierarquia. Motiva com seus sonhos, suas idéias, seu negócio. Para Dolabela (1999), o empreendedor deve agir em benefício próprio e, ao mesmo tempo, em benefício da comunidade. Ou seja, o ser só é empreendedor quando serve de espelho para os que o rodeiam.

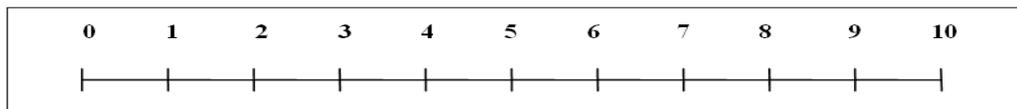
4.5.7 Rede de relacionamentos

Os empreendedores de sucesso estão sempre em contato com o maior número de pessoas possível. Tem a capacidade de identificar em outras pessoas pontos para multiplicar sua base de ação e realização (MCCLLELAND, 1971).

4.6 Aplicação e adaptação do instrumento de pesquisa

A aplicação do instrumento foi realizada de março a maio de 2007 com os dois públicos envolvidos. O questionário de pesquisa foi adaptado de outro instrumento criado pelo Professor e colaborador do estudo Paulo da Cruz Freire Santos (doutor da UFSC). Ele foi dividido em duas partes: a primeira teve como base perguntas referente às características empreendedoras, a que este estudo se destinou averiguar (Autocontrole, Busca de Oportunidade, Poder de Persuasão, Rede de Relacionamentos, Eficiência, Intenção de Empreender e Capacidade de Estabelecer e Cumprir Metas), as quais variaram o número de indicadores. Para estas questões, utilizou-se uma escala contínua crescente de 10 pontos que vai de *discordo totalmente* a *concordo totalmente*, como pode ser observado em seguida. Na segunda parte do questionário estão as questões relativas ao perfil dos respondentes.

FIGURA 03 - Escala para a coleta de auto-percepções



Fonte: adaptada do instrumento da pesquisa

4.7 Tratamento dos dados

As respostas dos questionários foram tabuladas, utilizando o *Statistic Package for Social Science* – SPSS, para o processamento estatístico dos dados; o *Microsoft Excel* para a produção das tabelas e gráficos e o *Microsoft Word* para a emissão do relatório final. Para melhor atender os resultados da pesquisa, foram desenvolvidas hipóteses a fim de testar a relação entre as variáveis:

- H0: Não há semelhanças significativas entre as variáveis analisadas.
- H1: Há semelhanças significativas entre as variáveis analisadas.

Considerando as hipóteses citadas acima, temos a seguinte situação:

- $p < 0,05$ a hipótese nula é rejeitada e, conseqüentemente, há semelhanças significativas entre as variáveis.
- $p \geq 0,05$, aceita-se H0 e não é comprovada a existência de semelhanças significativas entre as variáveis.

Foram realizadas, ainda, análises univariadas através da distribuição de freqüências e porcentagens, as quais se resumem no perfil geral (XX) e comparação de médias (Figura 02 e tabela 01 e os testes estatísticos não paramétricos para duas e várias amostras independentes *Mann Whitney U* e *Kruskal Wallis* respectivamente.

5. RESULTADOS

5.1 Perfil geral

De acordo com os respondentes do ensino Presencial, a maioria é do sexo masculino, residentes na própria capital alagoana e estão em uma faixa etária entre 17 a 30 anos. São alunos que estão distribuídos entre os oito períodos semestrais. A grande parte destes não

trabalham e o restante se concentram em empresas privadas de qualquer tamanho como empregados, fato bastante comum entre alunos que ainda não terminaram a graduação

Quanto aos alunos do ensino a Distância, há uma certa homogeneidade em relação ao sexo, já a faixa etária média é de 24 a 37 anos. Referente a cidade residente, esse grupo se distribui entre os vários municípios de Alagoas e algumas cidades fora do Estado. Uma grande parcela dessas pessoas são trabalhadores pertencentes ao Banco do Brasil, já que a proposta desse projeto inicialmente foi destinar 50% das vagas para esse público, mediante classificação no processo seletivo.

5.2 Comparação de médias

FIGURA 04: Comparação de médias

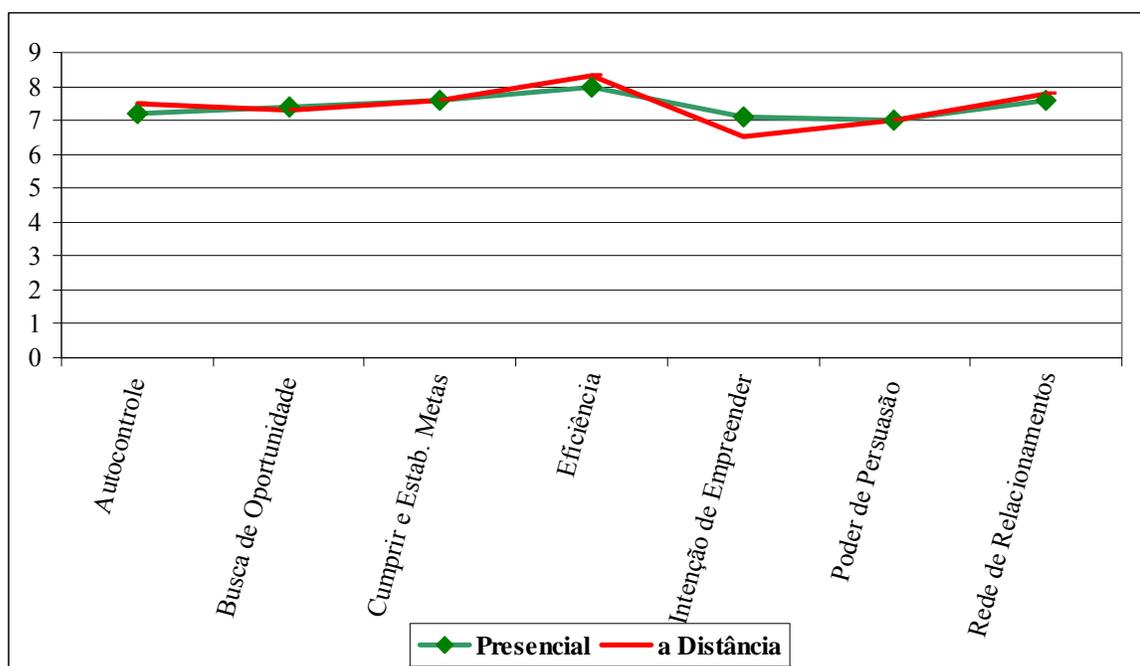


Table 3 : Médias das modalidades

Modalidade Presencial	Média	Modalidade a Distância	Média
Autocontrole	7,2	Auto Controle	7,5
Busca de Oportunidade	7,4	Busca de Oportunidade	7,3
Cumprir e Estab. Metas	7,6	Capacidade de Cumprir e Estab. Metas	7,6
Eficiência	8	Eficiência	8,3
Intenção de Empreender	7,1	Intenção de Empreender	6,5
Poder de Persuasão	7	Poder de Persuasão	7
Rede de Relacionamentos	7,6	Rede de Relacionamentos	7,8

De acordo com a escala utilizada no instrumento de pesquisa, quanto mais próxima de 10,00 estiver o ponto que representa a média, mais forte será a manifestação da característica nos alunos, conseqüentemente, quanto mais próximo de 0,00 estiver localizado o ponto, mais fraca será a manifestação da variável.

Como se pode notar, na figura 04, de maneira generalizada há fortes semelhanças entre as duas modalidades estudadas, pois as linhas correlacionadas caminham em paralelo, indicando que tanto uma modalidade quanto a outra, além de possuírem propensão a tais características, com uma média acima de 5,00 pontos, não possuem diferenças entre si. Com exceção da ligeira diferença na variável “Intenção de Empreender”, onde, para os alunos do ensino Presencial a média foi igual a 7,2 e para os alunos do ensino a Distância foi igual a 6,5. Esse fato pode ocorrer por conta de muitos estudantes da modalidade a Distância já possuírem estabilidade em seus empregos, metade da turma trabalha no Banco do Brasil, ou ainda, talvez, por conta da estabilidade familiar, já que, grande parte possui filhos e cônjuge, com isso, a idéia de “empreender” possa está ligada à instabilidade.

Há também uma leve diferença entre esses alunos no que diz respeito às características “Autocontrole” e “Eficiência”, pouco notável na figura 04. No entanto, ao observar a tabela 01, a diferença fica mais evidente, sendo confirmada pelos testes não paramétricos

encontrados nas tabelas 02 e 03. Essas duas variáveis favoreceram a modalidade a Distância, já que na modalidade presencial a idéia de eficiência e autocontrole ainda não tenha sido despertada tanto quanto nos alunos do ensino a Distância.

5.3 Testes não paramétricos

Table 4 - Resultados do teste de Mann-Whitney para duas amostras independentes

Grupo 01		Grupo 02	
Características	<i>p-value</i>	Características	<i>p-value</i>
Busca de Oportunidade	0,069	Autocontrole	0,044
Capacidade de Cumprir e Estabelecer Metas	0,955	Eficiência	0,001
Poder de Persuasão	0,782		
Rede de Relacionamentos	0,401	Intenção de Empreender	0,003

As características listadas no **Grupo 01** surgem com *p-value* superior a 0,05, representando a existência das semelhanças significativas para os dois públicos pesquisados. Já no **grupo 02**, observa-se a manifestação contrária do resultado, com *p-value* igual ou inferior a 0,05.

Table 5 - Resultados do teste de variância *Kruskal Wallis*

Grupo 01		Grupo 02	
Características	<i>p-value</i>	Características	<i>p-value</i>
Busca de Oportunidade	0,069	Autocontrole	0,044
Capacidade de Cumprir e Estabelecer Metas	0,955	Eficiência	0,001
Poder de Persuasão	0,782		
Rede de Relacionamentos	0,401	Intenção de Empreender	0,003

A tabela 2 confirma os resultados da tabela 1 através do teste de variância *Kruskal Wallis* onde no grupo 1 estão as características que obtiveram semelhanças entre as duas modalidades estudadas, de acordo com o *p-value* encontrado.

Os resultados mostram que existem afinidades entre as características: Busca de Oportunidade, Capacidade de Cumprir e Estabelecer Metas, Poder de Persuasão e Rede de

Relacionamentos. As diferenças aparecem de forma sucinta apenas nas características: Autocontrole, Eficiência e Intenção de Empreender.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os processos evolutivos da cadeia global, as pessoas bem sucedidas demonstram maior capacidade de adaptação às constantes mudanças de cenário. Neste contexto reside um novo tipo de indivíduo, o empreendedor. A inserção das tecnologias de comunicação digital torna-se precisa e prática, uma vez que, quando novas para alunos e educadores, despertam curiosidade e indagações. No mercado de trabalho atual, cada vez mais se exige como características do profissional: autonomia, participação e personalidade crítica. Ambientes informatizados de aprendizagem oferecem outros novos espaços e tempos de interação com a informação, colegas e professores. Com isso, resta o desafio para a universidade em proporcionar ao discente o desenvolvimento de uma relação pró-ativa com o aprendizado. Assim, é necessário um conjunto de inter-relações estimulantes entre a razão, a intuição e a imaginação.

O objetivo deste trabalho foi o de comparar a propensão empreendedora entre os alunos do ensino Presencial e do ensino a Distância. E completou que ambos os grupos possuem intenção empreendedora a partir das características mensuradas, pois o grau de manifestação para estas, ficaram em um nível acima da média estabelecida pela escala utilizada. Nota-se também que o padrão de resposta dos dois grupos tem correlação positiva, a qual, apesar de não medida neste trabalho, fica facilmente evidenciada.

Pesquisas posteriores poderão ampliar a amostra, poderão inserir mais variáveis empreendedoras na análise das informações, ou até mesmo utilizar as mesmas características com um público diferente.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. F. de; TORKOMIAN, A. L. V. **Empreendedorismo na Educação**. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 5, 2003. Anais...Florianópolis: ENEMPRES, 2003.
- CARVALHO, F. G. de. **A formação Empreendedora por meio da educação a Distância: Uma alternativa para o profissional do conhecimento**. Dissertação de Mestrado. Florianópolis; UFSC, 2003.
- CARVALHO, P.M. R. de; GONZÁLEZ, L. **Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora**. Comportamento organizacional gestão. Vol.12, 2006.
- DETHIER, M.. **Nacer naturalmente empreendedor**. Vol. VI, 2004. Disponível em: <<http://www.justoahora.com/nws/high.htm>> Acessado em: 21 de setembro de 2004.
- DOLABELA, F.. **O segredo de Luísa**. 14 ed. São Paulo: Cultura, 1999.
- FERREIRA, P. G. G.; MATOS, P. L. C. L. de. **Empreendedorismo e práticas didáticas no curso de graduação em administração: os Estudantes Levantam o Problema**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 27, 2003. Anais... Atibaia: ANPAD, 2003.
- FILION, L. J. **Empreender: um sistema ecológico de vida**. In: *Boa idéia! E agora?* Cultura: São Paulo, 2000, pp.12-29.
- JUCHEM, D. M. **A Importância do Ensino de Empreendedorismo na Graduação: Contextualização e Evidências**. Anais do V Enempre 2003. Florianópolis, 2003.
- MORAN, J. M. **Informática na educação: Teoria e prática**. Porto Alegre, vol. 3, n.1 (set. 2000) UFRGS. Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, disponível em: www.eca.usp.br/prof/moran/inov.htm Acessado em: 20 de junho de 2006.
- MACCLELLAND, David. **Entrepreneurship and achievement motivation: approaches to the science of socio-economic development**. In: LEYGEL, P (org), Paris: UNESCO, 1971.
- ROMANO, C. A.; LAPOLLI, E. M. **O desafio de uma nova proposta para a graduação na educação profissional**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO ENGENHARIA, 29, 2001. Anais...Uberlândia: COBENGE, 2001.
- SANTOS, S. de A.; LIMA, M. de O.; DANTAS, A. de B. **Propensão ao Empreendedorismo dos Alunos do Ensino Fundamental: um Estudo Comparativo com alunos de 7ª e 8ª séries, entre Instituições de Ensino Municipais e Privadas de Maceió**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 30, 2006. Anais... Salvador: ANPAD, 2006.
- SHUMPETER, J. **The Theory of economic development**. Havard University Press. 1949.

TAVARES, T. S.; LIMA, J. B. de. **Empreendedorismo, empreendedores e ação empreendedora**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 28, 2004. Anais... Curitiba: ANPAD, 2004.