

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA - INC  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**NATALIA BARBOSA MARINHO**

**EGRESSO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO INSTITUTO DE NATUREZA E  
CULTURA, NO ALTO SOLIMÕES: DESAFIOS E POSSIBILIDADES PARA  
EMPREENDER EM BENJAMIN CONSTANT-AMAZONAS**

**BENJAMIN CONSTANT – AMAZONAS**

**2023**

**NATALIA BARBOSA MARINHO**

**EGRESSO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO INSTITUTO DE NATUREZA E  
CULTURA, NO ALTO SOLIMÕES: DESAFIOS E POSSIBILIDADES PARA  
EMPREENDER EM BENJAMIN CONSTANT-AMAZONAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), submetido ao Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas/Instituto de Natureza e Cultura, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Leonor Farias Abreu.

**BENJAMIN CONSTANT – AMAZONAS**

**2023**

## Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

M338e Marinho, Natalia Barbosa  
Egresso do curso de administração do Instituto de Natureza e Cultura, no alto Solimões: desafios e possibilidades para empreender em Benjamin Constant-Amazonas / Natalia Barbosa Marinho . 2023  
65 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Leonor Farias Abreu  
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Empreendedorismo universitário. 2. bacharelado em Administração. 3. egressos. 4. Instituto de Natureza e Cultura. I. Abreu, Leonor Farias. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

**NATALIA BARBOSA MARINHO**

**EGRESSO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA, NO ALTO SOLIMÕES: DESAFIOS E POSSIBILIDADES PARA EMPREENDER EM BENJAMIN CONSTANT-AMAZONAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), submetido ao Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas/Instituto de Natureza e Cultura, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em dois de fevereiro de dois mil e vinte três.

**BANCA EXAMINADORA:**



---

Profa. Dra. Leonor Farias Abreu, Presidente  
Universidade Federal do Amazonas/Instituto Natureza e Cultura



---

Prof.Me. Ciderjânio Faling Salvador da Costa , Membro  
Universidade Federal do Amazonas/Instituto Natureza e Cultura



---

Prof. Me. Juvan Reis Nogueira (Membro).  
Universidade Federal do Amazonas/Instituto Natureza e Cultura

## DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho a minha mãe, Cristina de Souza Barbosa e ao meu pai (in memoriam) Jordão de Andrade Marinho, duas pessoas incríveis e maravilhosas, que me ensinaram através do seu exemplo a ser forte e corajosa e não desistir dos meus sonhos. A minha eterna gratidão e todo o meu amor incondicional por todo apoio e incentivo durante toda minha trajetória na vida pessoal e acadêmica.*

## AGRADECIMENTOS

*A minha eterna gratidão a DEUS, o Senhor e autor de toda a minha história, primeiramente por Ele iluminar meus caminhos e me tornar a mulher que sou, e em segundo por ter me dado toda força, sabedoria e saúde para realizar este sonho, e por ter me sustentado até aqui, a ti toda honra e toda glória.*

*A mulher mais forte que já conheci, minha mãezinha Cristina de Souza Barbosa, minha eterna gratidão por todos os ensinamentos, que desde criança ela foi uma figura materna que sempre esteve ao meu lado quando mais precisei, foi minha melhor amiga da vida me apoiando para que eu pudesse realizar um dos meus sonhos.*

*Com lágrimas nos olhos, quero agradecer imensamente ao meu pai (in memoriam) Jordão de Andrade Marinho que hoje encontra-se em outro plano, e apesar de sua ausência física, sinto que sempre esteve comigo vibrando nas minhas vitórias e sei o quanto ele queria assistir de perto a esta vitória que não é somente minha, como também dele e da minha mãe.*

*A toda minha família e amigos, por todo carinho e amor que tiveram comigo e por toda força e torcida para que eu conseguisse essa conquista para a minha vida.*

*Em especial a minha irmã Natascha Barbosa Marinho, a minha tia Geruza Barbosa Marinho e a Maiara de Paula que foi incrivelmente maravilhosa comigo nestes últimos dias de muita luta, e por sempre me apoiarem para que eu não desistisse.*

*Aos universitários que aceitaram participar desta pesquisa e assim contribuíram para a realização deste trabalho.*

*Aos colegas de curso e aos que tive o prazer de conhecer durante toda esta jornada universitária, onde todos de alguma forma contribuíram para a minha formação, levo cada um no coração. Em especial a Rockciney Sumaita, por todo companheirismo e amizade, e a Francemir Ataíde, Moisés Lopes e Anderson Rodrigues, serei sempre grata pelo apoio.*

*A todos os professores do curso de Administração que compartilharam seus conhecimentos e que contribuíram para a minha formação acadêmica, pessoal e profissional.*

*A minha orientadora, Professora Dra. Leonor Farias Abreu, por orientar esta monografia. Todas as suas colaborações, correções e incentivos foram essenciais para a conclusão deste trabalho, muito obrigada por toda paciência e suporte.*

*Enfim, eu agradeço a Universidade Federal do Amazonas/Instituto de Natureza e Cultura de Benjamin Constant por me proporcionar as muitas e únicas experiências de formação integral em todos esses anos de caminhada acadêmica.*

*“Ora, a fé é o firme fundamento das coisas que se esperam, e a prova das coisas que não se veem”  
Hebreus 11:1*

## RESUMO

O empreendedorismo está presente em todos os segmentos socioeconômicos, perpassando inclusive pelo ambiente universitário, no qual é possível preparar os estudantes para o mercado de trabalho, principalmente se este tiver vontade de ser um empreendedor. Isto faz da universidade a base central para aquisição de conhecimento sobre empreendedorismo, de forma que o aluno possa empreender com êxito quando se tornar egresso de cursos superiores na área de negócios. O presente trabalho teve por objetivo geral investigar em quais as atividades socioeconômicas os egressos do curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura, empreendem no município de Benjamin Constant, no Alto Solimões-Amazonas. Os procedimentos metodológicos que nortearam a pesquisa envolveram abordagem qualitativa e de caráter descritivo. Os dados foram obtidos com levantamento documental e pesquisa de campo, a qual foi realizada por meio de entrevista com oito egressos do curso de Administração no município de Benjamin Constant-AM. Como resultado da pesquisa, verificou-se que, de forma geral, a maioria é mulher, solteira, atua no negócio entre dois a três anos e já realizou cursos de qualificação profissional na área de atuação, e dois já realizaram curso de pós-graduação, como continuidade de sua formação acadêmica. Conclui-se que o empreendedorismo vem ocupando um papel significativo nos mais diversos segmentos econômicos, fato que torna este assunto relevante no âmbito universitário, sinalizando para a necessidade de maior atenção institucional quanto as possibilidades de formação para o despertar do espírito empreendedor dos egressos, os quais devem ser acompanhados continuamente pela instituição que os forma, com intuito de melhoria da relação teoria e prática no período de sua formação acadêmica.

**Palavras-chave:** empreendedorismo universitário; bacharelado em Administração; egressos; Instituto de Natureza e Cultura.



## ABSTRACT

Entrepreneurship is present in all socioeconomic segments, including the university environment, in which it is possible to prepare students for the job market, especially if they have the desire to be an entrepreneur. This makes the university the central base for the acquisition of knowledge about entrepreneurship, so that the student can undertake successfully when he or she becomes an alumnus of higher education courses in the business area. The present work had the general objective of investigating in which socioeconomic activities the egresses of the Administration course of the Institute of Nature and Culture, undertake in the municipality of Benjamin Constant, in Alto Solimões-Amazonas. The methodological procedures that guided the research involved a qualitative and descriptive approach. Data was obtained through a documental survey and field research, which was conducted via interviews with eight graduates from the Administration course in the municipality of Benjamin Constant-AM. As a result of the research, it was found that, in general, the majority are women, single, have been in business between two and three years and have already taken professional qualification courses in the area of activity, and two have already taken post-graduate courses, as a continuation of their academic training. It is concluded that entrepreneurship has been occupying a significant role in the most diverse economic segments, a fact that makes this subject relevant in the university environment, signaling the need for greater institutional attention as to the possibilities of training for the awakening of the entrepreneurial spirit of the graduates, who should be continuously monitored by the institution that trains them, in order to improve the relationship between theory and practice in the period of their academic training.

**Keywords:** undergraduate entrepreneurship; bachelor in Administration; alumni; Institute of Nature and Culture.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Mapa geográfico Microrregião do Alto Solimões do Amazonas.....	13
<b>Figura 2</b> - Etapas da pesquisa.....	16
<b>Figura 3</b> - Modelo conceitual de pesquisa.....	27
<b>Figura 4</b> - Símbolo da profissão de Administração.....	37

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Definição de Empreendedorismo.....	17
<b>Quadro 2</b> - Habilidades Empreendedoras.....	23
<b>Quadro 3</b> - Estudos das trajetórias dos egressos do curso de Administração de universidades do Brasil.....	30
<b>Quadro 4</b> - Quantitativo de alunos ativos por curso no INC.....	40
<b>Quadro 5</b> - Matriz curricular-Curso Administração/INC.....	41
<b>Quadro 6</b> - Perfil dos egressos empreendedores participantes da pesquisa.....	44
<b>Quadro 7</b> - Continuidade na formação acadêmica e qualificação profissional.....	45
<b>Quadro 8</b> - Tipo de negócio, tempo de existência do negócio e se possui sócio.....	45
<b>Quadro 9</b> - Principais motivos que os levou a empreender.....	46
<b>Quadro 10</b> - Principais desafios enfrentados para manter o negócio.....	47
<b>Quadro 11</b> - Estratégias para vendas.....	48
<b>Quadro 12</b> - Local onde acontece a venda do negócio.....	48
<b>Quadro 13</b> - Contato da UFAM/INC com o egresso do curso de Administração....	50

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	13
1.1 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA .....	13
1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA .....	14
1.2.1 <b>Etapas da Pesquisa</b> .....	16
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	17
2.1 EMPREENDEDORISMO: UM BREVE CONTEXTO HISTÓRICO E CONCEITO.....	17
2.1.1 <b>Competências empreendedoras</b> .....	21
2.1.2 <b>Habilidades empreendedoras</b> .....	23
2.2 EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO UNIVERSITÁRIO .....	25
2.2.1 Aspectos gerais de estudos realizados com egressos de Administração .....	28
2.2.2 Diretrizes Curriculares do Curso de Administração e o Administrador .....	31
2.2.3 <b>O administrador</b> .....	36
2.3 O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO INC – INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA.....	39
<b>3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	44
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	53
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	56
<b>APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)</b> .....	61
<b>APÊNDICE B - ROTEIRO/ENTREVISTA</b> .....	63

## INTRODUÇÃO

No ambiente acadêmico o estudante fica exposto a muitas iniciativas que podem impulsionar o gosto por escolher ser um empreendedor ou mesmo gerador de negócios. Uns já têm essa vontade antes mesmo de entrar em uma faculdade, outros ao passar dos anos na universidade desenvolvem habilidades e escolhem ser empreendedores, outros já entram atuando na área do empreendedorismo, do mundo dos negócios. É uma questão de escolha ou oportunidades de ser um empreendedor até mesmo antes de entrar em uma faculdade, local onde busca mais conhecimento para aperfeiçoar o que já deseja. Segundo Sousa (2022, p.18), “[...] empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação”, impulsionando forma inteligente de atuar na organização, com foco no sucesso.

De acordo com Pereira, Guimarães e Silva (2021), o ensino do empreendedorismo, como processo formativo do estudante, precisa impulsionar formatos que permitam estimulá-lo a pensar nas possibilidades reais de atuar no segmento. Sendo assim, depois de desenvolvido, o ambiente acadêmico constituirá um lócus diferenciado, onde será possível construir caminhos para a abertura de novos negócios e também a propositura de políticas públicas que incrementem o ingresso das pessoas no empreendedorismo e que, desta forma, desenvolvam mecanismos para gerar emprego e renda para que possam atuar no mercado de trabalho, seja com seu próprio negócio ou em organizações (empresas) gerando lucro.

Como discutem Iizuka e Moares, (2014), a dificuldade de acesso ao capital e o excesso de burocracia impõem barreiras para o desenvolvimento de novos empreendimentos, o que pode fazer desaparecer muitas das promessas de transformação da realidade socioeconômica local. Nesse sentido, o estudante está exposto ao longo da sua vida universitária a diversas ações e iniciativas, dentro e fora da sala de aula, e que o conjunto dessas experiências no ambiente universitário podem estimular (ou não) o empreendedorismo entre os alunos.

Dentro deste contexto, esta pesquisa teve como direcionamento a seguinte pergunta: **Em quais atividades socioeconômicas egressos do curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura (INC/UFAM), se consolidam empreendedores no município de Benjamin Constant no Alto Solimões-Amazonas?**

Buscando encontrar uma resposta para a pergunta em questão, esta pesquisa teve como objetivo geral investigar em quais as atividades socioeconômicas os egressos do curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura, empreendem no município de Benjamin Constant, no Alto Solimões-Amazonas. Os objetivos específicos foram assim estabelecidos: a)

Contextualizar empreendedorismo, buscando conhecer sua origem, definição, bem como possibilidades e desafios enfrentados por egressos universitários, aliando às diretrizes curriculares do curso de Administração; b) Conhecer os empreendedores egressos do curso de Administração do INC, que atuam em Benjamin Constant; c) Mapear os tipos de negócios desenvolvidos pelos egressos do curso de Administração do INC em Benjamin Constant, descrevendo os tipos de desafios enfrentados por esses empreendedores; d) Discutir as possibilidades e os desafios de empreender no Alto Solimões-Amazonas, na percepção dos egressos do curso de Administração do INC, com empreendimentos em Benjamin Constant.

A pesquisa se justificativa por apresentar experiências dos egressos que atuam como empreendedores e geradores de negócios, sinalizando os desafios enfrentados pelos mesmos em seus próprios negócios no percurso de se tornar um empreendedor, sabendo que o empreendedor não nasce como um empreendedor, mais ao longo do tempo desenvolve habilidades que os despertam a ser um, pondo em prática tudo que foi aprendido durante todo o seu percurso na universidade, além de contribuírem para o desenvolvimento socioeconômico onde atuam.

Este trabalho tem relevância tanto para a sociedade quanto para o curso de Administração por colocar em discussão a busca pelo despertar empreendedor nos estudantes, que, ao se tornarem egressos, possam buscar inovar sempre, mesmo diante das dificuldades impostas pelo mercado de trabalho competitivo e pelos desafios de se empreender em município como Benjamin Constant, no Alto Solimões, dadas as condições limitantes de acesso, de logística, de mercado.

Este trabalho está organizado em três seções, além desta Introdução. A primeira seção apresenta os procedimentos metodológicos. A segunda seção trata da fundamentação teórica, onde aborda sobre conceitos e definições sobre empreendedorismo, as habilidades e competências do empreendedor, empreendedorismo no contexto universitário, estudo com egressos, diretrizes do curso de Administração e o Administrador, o curso de Administração do INC. A terceira seção apresenta e discute os resultados obtidos na pesquisa de campo. Dando sequência encontram-se as considerações finais, as referências e apêndices.

## 1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, são apresentadas as etapas e os procedimentos metodológicos deste trabalho, incluindo as técnicas para a coleta de dados necessários ao cumprimento dos objetivos e problema de pesquisa.

### 1.1 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa é direcionada a egressos do curso superior de Administração ofertado pela Universidade Federal do Amazonas, no Instituto Natureza e Cultura, que atuam em negócios localizados no município de Benjamin Constant, na microrregião Alto Solimões, no estado do Amazonas-Brasil.

A microrregião Alto Solimões é constituída de nove municípios: São Paulo de Olivença, Santo Antônio do Içá, Tonantins, Amaturá, Benjamin Constant, Tabatinga, Atalaia do Norte, Fonte Boa e Jutai. Pertence à Mesorregião do Sudoeste Amazonense e tem como microrregiões limítrofes Rio Negro e Juruá. Compreende uma área de 213.281,24 km<sup>2</sup>, apresentando aproximadamente 13,67% da área do Estado do Amazonas. Estima-se que a população desta região soma aproximadamente 256.812 habitantes (IBGE, 2021). A figura 1 mostra a localização do município de Benjamin Constant na mesorregião do Alto Solimões.

Figura 1 – Mapa da localização do município de Benjamin Constant na mesorregião do Alto Solimões.



Fonte: Portal Barrancas (2021), com adaptações.

Benjamin Constant é uma cidade de Estado do Amazonas. Os habitantes se chamam benjamin-constantenses. O município se estende por 8 793,4 km<sup>2</sup> e contava com 42 984 habitantes no último censo. A densidade demográfica é de 4,9 habitantes por km<sup>2</sup> no território do município. Vizinho dos municípios de Tabatinga e Atalaia do Norte, Benjamin Constant se situa a 18 km a Sul-Oeste de Tabatinga a maior cidade nos arredores (PORTAL CIDADE BRASIL, 2022).

O Instituto Natureza e Cultura (INC) é um Campi da Universidade Federal do Amazonas, criado conforme resolução nº 027/2006/CONSUNI em 26 de outubro de 2006. Oferta seis cursos de graduação: Antropologia, Ciências Agrárias e do Ambiente, Ciências: Biologia e Química, Letras, Pedagogia e Administração, que é foco desta pesquisa. Atualmente, sem evasão, o INC possui 1.394 alunos matriculados, sendo 237 do curso de Administração, e com 244 alunos egressos.

## 1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso foram definidos como procedimentos técnicos, inicialmente os bibliográficos, por meio dos quais foram realizadas as pesquisas sobre empreendedorismo, empreendedorismo universitário ressaltando os egressos do curso de Administração que têm seu próprio negócio, bem como as atividades socioeconômicas que atuam no local escolhido para esta pesquisa.

A pesquisa bibliográfica segundo Andrade (2010, p. 25) “é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas”. A pesquisa bibliográfica, segundo Coelho (2021), é a revisão sobre o tema de pesquisa abordada com base em trabalhos realizados por outros autores, que, de forma geral, é a contribuição dos autores para a pesquisa através do embasamento teórico para o desenvolvimento trabalho científico, e nesta pesquisa foram utilizados a partir das Bases de Dados que compõem a plataforma de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), mais especificamente na Scielo, além de buscas no Google Acadêmico.

Para ter um alcance na perspectiva deste trabalho na coleta de dados, utilizou-se de uma abordagem qualitativa para saber mais a fundo sobre os universitários egressos que estão atuando com seu próprio negócio, em Benjamin Constant. Segundo Neves (1996) a pesquisa qualitativa permite uma maior interação do objeto pesquisado com o pesquisador. Nesta abordagem o pesquisador tende a entender quais as perspectivas dos participantes, no caso, os

universitários egressos que tem seu próprio negócio, onde permite o alcance dos objetivos da pesquisa, sem a interposição do pesquisador. Assim sendo, esta abordagem tem como objetivo recolher os dados de forma descritiva para assim atender os objetivos propostos neste trabalho.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é caracterizada como descritiva, para possibilitar conhecer quem são os universitários empreendedores e os negócios com que os mesmos trabalham, a partir da observação, dos registros e da análise dos dados coletados. Para Gil (2010), a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de uma população específica, buscando identificar relações entre os indivíduos e as variáveis em estudo. Esta pesquisa facilitará da melhor forma descrever os objetivos que estão sendo mencionados.

Esta pesquisa também se utiliza dos procedimentos técnicos como pesquisa de campo e pesquisa documental. Onde a pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Este tipo de pesquisa consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los para assim alcançar os objetivos do trabalho apresentados de forma clara para não ter dúvidas do que foi colocado para ser pesquisado (LAKATOS e MARCONI, 2003, p. 186). Para Vergara (2009), a pesquisa de campo refere-se à investigação de informações ou conhecimentos sobre um problema.

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes, enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa (GIL, 2002, p. 45).

Nesse caso, a pesquisa foi feita diretamente com 8 (oito) egressos do curso de Administração que atuam como empreendedores no município de Benjamin Constant, por meio de entrevista. O instrumento de coleta de dados utilizado foi um roteiro de entrevista semiestruturada (APÊNDICE B), onde o mesmo é composto por questões abertas e fechadas, para assim mapear os tipos de negócios com que trabalham, e saber as possibilidades e os desafios dos universitários empreendedores.

De acordo com Boni e Quaresma (2005), as entrevistas semiestruturadas combinam perguntas abertas e fechadas, onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele



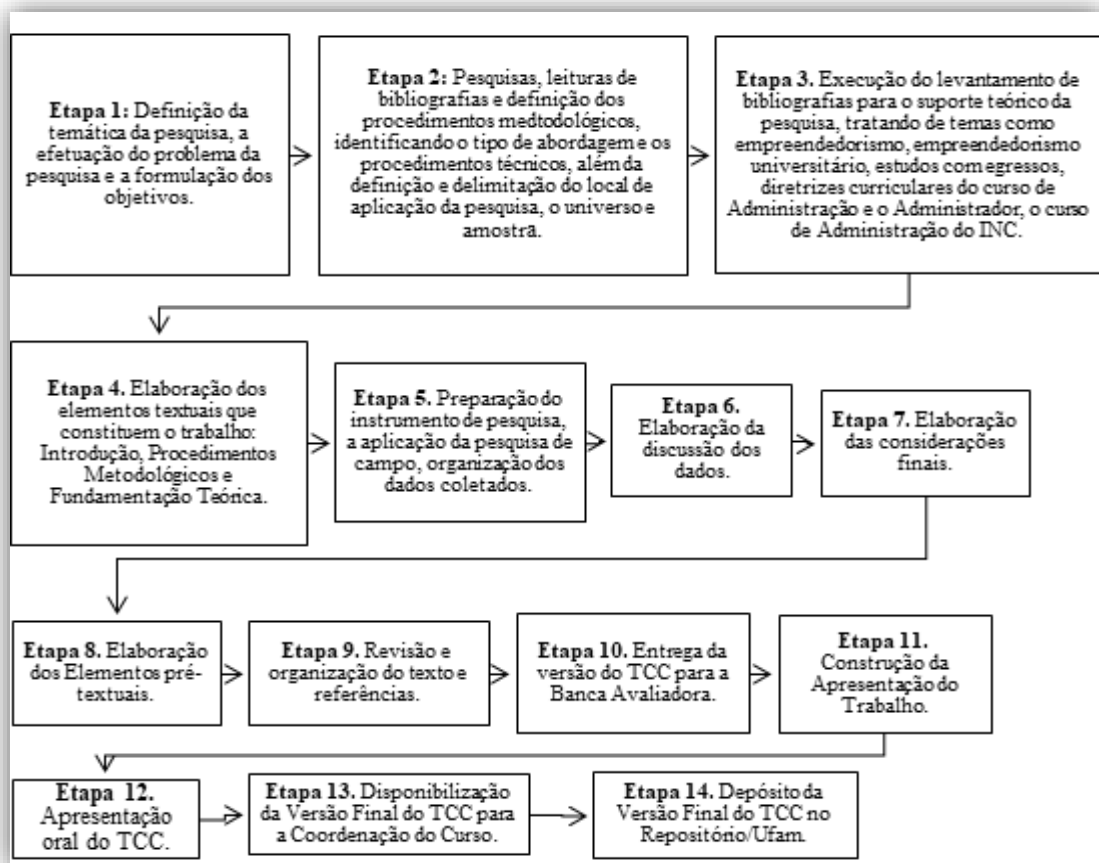
o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. O entrevistador deve ficar atento para dirigir, no momento que achar oportuno, a discussão para o assunto que o interessa fazendo perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista, caso o informante tenha ‘fugido’ ao tema ou tenha dificuldades com ele, esse tipo de entrevista é bastante utilizado quando se deseja ter o máximo de informações possíveis afim de que se alcancem os objetivos da pesquisa.

A pesquisa foi feita com 8 (oito) egressos do curso de Administração que atuam como empreendedores no município de Benjamin Constant, cuja amostra é não-probabilística e por conveniência, considerando a disposição para participar da entrevista, onde no ato da aplicação da pesquisa foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido-TCLE (Apêndice A), deste trabalho. O desenho metodológico da pesquisa está expresso na figura 2, que apresenta as etapas da pesquisa.

### 1.2.1 Etapas da Pesquisa

A pesquisa ocorreu de acordo com as etapas especificadas na figura 2.

Figura 2 – Etapas da pesquisa



Fonte: A autora (2022).

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo aborda a fundamentação teórica do trabalho, envolvendo assuntos tais como empreendedorismo no seu contexto histórico, empreendedorismo no contexto universitário, diretrizes curriculares do curso de Administração e o Administrador, e o curso de Administração do INC.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO: UM BREVE CONTEXTO HISTÓRICO E CONCEITO

De acordo com Leite (2021) o conceito de empreendedorismo nasceu no século XVII, pelos economistas franceses Jean Baptiste Say e Richard Cantillon. Eles enfatizavam que ser um empreendedor estava relacionado à capacidade de produção, gestão e de assumir riscos. Numa cronologia do uso do termo empreendedorismo, Hisrich (1986 *apud* DORNELAS, 2008, p.14), apresenta um retrospecto histórico, demonstrado no quadro 1.

Quadro 1: Definição de Empreendedorismo

Linha do Tempo	Definição do termo Empreendedorismo
Primeiro uso do termo empreendedorismo	Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais.
Idade Média	Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerencia grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país.
Século XVII	Os primeiros índices de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram nesta época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Como os preços eram prefixados, qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor. Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos -, do capitalista – aquele que fornecia o capital.
Século XVIII	Nesse século, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. Um exemplo foi o caso das pesquisas referentes a eletricidade e química, de Thomas Edison, que só foram possíveis com o auxílio de investidores que financiaram os experimentos.
Século XIX e XX	No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores (o que ocorre até os dias atuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizavam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Fonte: Hisrich (1986 *apud* DORNELAS, 2008, p.14), com adaptações.

Segundo Hisrich (2009, p. 29), esta capacidade de inovar pode ser observada no decorrer da história, desde os egípcios, que criaram e construíram grandes pirâmides com blocos de pedra que pesavam muitas toneladas, até o módulo lunar Apolo, a cirurgia a laser, as comunicações sem fio. Embora as ferramentas tenham mudado com os avanços na ciência e na tecnologia, a capacidade de inovar está presente em todas as civilizações.

Para Barreto (1998, p. 190), “[...]empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la.

O empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas também pode ser aquele que inova dentro de negócios já existentes impulsionando o lucro e a aparência da empresa, ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já existentes e constituídas, colocando em prática ações que irão favorecer o negócio já existente ou um novo, ele está sempre em busca de inovar mesmo diante das dificuldades que podem existir (DORNELAS, 2005).

Pessoa (2005) define em três os principais tipos de empreendedores: O empreendedor corporativo (intraempreendedor ou empreendedor interno), o empreendedor *start-up* (que cria novos negócios/empresas) e o empreendedor social (que cria empreendimento com missão social), estes tipos de empreendedores se destacam onde quer que trabalhem.

O empreendedorismo corporativo pode ser definido como sendo um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente afim de criar oportunidades que os faça crescer.

O empreendedor *start-up* tem como objetivo dar origem a um novo negócio. Este analisa o cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento. Seus desafios são claros: suprir uma demanda existente que não vem sendo dada uma devida atenção; buscar e apresentar diferenciais competitivos em um mercado já existente; vencer a concorrência, conquistar clientes; e alcançar a lucratividade e a produtividade necessárias à manutenção do empreendimento.

Dolabela (2008) entende que o empreendedorismo deve ter importância para a sociedade, ou seja, um dos fundamentos do empreendedorismo é o bem-estar coletivo e o espírito comunitário. Sem esse bem-estar coletivo é impossível fazer o negócio crescer, pois a empresa é feita por pessoas que trabalhando em conjunto fazem acontecer com êxito e ver o seu trabalho tendo ótimos resultados, e para ter bons resultados é preciso ter disciplina, comprometimento, e trabalhar em coletivo para fazer dá certo.

Para o termo “empreendedor” existem muitas definições, mas uma das mais antigas e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Schumpeter (1946 *apud* DORNELAS, 2008, p. 22):

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. (SCHUMPETER 1946, *apud* DORNELAS, 2008, p. 22).

Segundo Dornelas, (2008) o empreendedorismo deve ser envolvido por pessoas e por processos que, em conjunto, fazem a sintetização de ideias em possíveis oportunidades, voltado para o foco principal do empreendedorismo, que é justamente gerar oportunidades, e assim fazendo com o mercado de trabalho cresça e pessoas tenham oportunidades em atuar onde elas se sentem à vontade para isso, e para gerar lucros para as organizações onde atuarem.

De acordo com Dornelas (2008), o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados, onde o mesmo vai buscar o sucesso do seu negócio através do seu empenho, sabendo do risco que pode gerar, porém o empreendedor toma medidas em direção aos seus objetivos e assume o risco que isso pode gerar, mas busca também maneiras para assim avançar com os negócios, pois os riscos estão diretamente ligados as oportunidades da sua empresa crescer, quem assume um risco já tem por ventura uma vantagem competitiva pois ele sabe o que pode ter e mesmo assim busca sempre uma maneira de reduzi-los.

Dornelas (2012), relata que o empreendedorismo nasceu das transformações que sucederam no mundo nos últimos anos, principalmente no século XX, quando ocorreu a maior quantidade de invenções criadas por pessoas que possuíam uma visão futura e lutavam para construir um novo negócio.

De acordo com Dornelas (2012) empreendedorismo é uma temática que vem ganhando crescente interesse dos estudiosos nacionais e internacionais que compõe diversas áreas. Empreendedor é o indivíduo que faz as coisas acontecerem, promove a ação de transformar uma ideia em realidade e possui uma visão futura da organização, sabendo que dentro da realidade atual os riscos são grandes, porém quando se tem compromisso e se quer alcançar os objetivos que seu líder impõe que vai ajudar a empresa a crescer é algo prazeroso de se fazer.

O empreendedorismo compreende o indivíduo que realiza, cria, explora, encontra e coloca em prática as oportunidades, e explora de forma mais ousada as oportunidades que lhe

são dadas mesmo diante das dificuldades que podem surgir em seu caminho como afirma Shane; Shane e Venkataraman (2012, p. 10-20; 2000, p. 217-226 *apud* CURY e VEIGA, 2021).

Muitas são as práticas inovadoras que através disso dá-se o nome de empreendedorismo. Para Chiavenato (2012, p.2) “o empreendedor é uma pessoa que inicia e/ ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”, e mesmo diante dos riscos ele ver mais adiante as oportunidades que podem surgir e o quanto isso pode lhe favorecer e principalmente gerar lucro para sua empresa.

Segundo Landström, Harirchi, Aström (2012 *apud* MARQUES, 2016), provavelmente a função é tão antiga como o intercâmbio e o comércio entre os indivíduos na sociedade, mas, no entanto, este conceito não era discutido, e somente a partir da evolução dos mercados econômicos os cientistas se interessaram pelo fenômeno, pois o empreendedorismo despertava o interesse daqueles que assumiam riscos, o que por sua vez tornava-os grandes comerciantes desde os tempos antigos, muito era discutido sobre o empreendedorismo desde os anos atrás.

De acordo com Kawasaki (2016 *apud* MELLO e NUNES, 2018), quando se fala em dar sentido à sua empresa, não significa apenas convertê-la em uma máquina de fazer dinheiro, prestígio ou poder. É saber trabalhar em conjunto para fazer acontecer e para que os objetivos sejam alcançados.

Schumpeter, (1978 *apud* ARANTES, HALICKI e STANDLER, 2014. pg.17), afirmam que:

O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa e, sendo assim, considerado este como o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (SCHUMPETER 1978, *apud* ARANTES, HALICKI e STANDLER, 2014. pg.17).

Neste sentido, ser um empreendedor significa ser o agente que por muitas das vezes age de forma impulsiva mais que isso é uma das armas que o torna esse ser empreendedor de coragem onde este irá sempre está sendo ousado nas suas decisões mesmo sabendo dos riscos está sempre em busca de inovar de forma impulsiva mais que isso pode trazer recursos mais eficientes e melhores para alcançar os objetivos da sua organização, mesmo que de forma ousada.

É visível que o empreendedorismo além de ser uma nova oportunidade para aqueles que desejam ter seu próprio negócio, é também oportunidades de emprego, além de ser algo que

ajudará no desenvolvimento socioeconômico onde o empreendedor atuar. É algo relevante, mesmo que apesar dos riscos pode gerar renda, apesar do mercado de trabalho ser bastante competitivo e está sempre em evolução, um empreendedor de sucesso é aquele que assume riscos e aproveita as oportunidades que aparecem.

Para Pereira, Guimarães e Silva (2021) o empreendedorismo auxilia na compreensão do progresso e nas particularidades de seus negócios, uma vez que abrange um conjunto de acontecimentos que se relacionam à prática de empreendedores. Sendo assim o negócio tende a crescer gerando lucro para a sua empresa sendo o mesmo consagrado ao um empreendedor de sucesso.

O empreendedorismo é uma área que nos dias de hoje tem sido assunto em muitos trabalhos, e isso nos ajuda a ter uma compreensão melhor e principalmente quais os pontos positivos e negativos. Entretanto para ser um empreendedor de sucesso é necessário que se tenha compromisso, e através surgem as competências empreendedoras que podem dá credibilidade ao negócio e em ser um empreendedor, com base nisso o tópico seguinte dá ênfase as competências empreendedoras baseadas em alguns autores que fizeram pesquisas e destacaram as mais atuais.

### **2.1.1 Competências Empreendedoras**

Bird (1995 *apud* CUALHETA et al, 2020) define competências empreendedoras como características, conhecimentos, motivações e habilidades que resultam na criação e sobrevivência de empresas. Man e Lau (2000 *apud* ARAÚJO, 2022) são considerados como pioneiros no tema, concentrando pesquisas em CE, a partir de um estudo empírico realizado com empresas de Hong Kong, destacam seis tipos de competências:

- a) competências de oportunidade: reconhecer, identificar, avaliar e busca de oportunidades no mercado;
- b) competências de relacionamento: construir, manter o e comunicar com as redes de contato e de confiança;
- c) competências de conceituais: tomar decisões, pensar intuitivamente, visão de diferentes ângulos, inovar, avaliar e assumir de riscos;
- d) competências de administrativas e organizadoras: planejar, organizar, liderar, motivar, delegar e controlar recursos internos e externos;

e) competências de estratégicas: perceber, fixar e avaliar os objetivos e postura de mercado, emprego do alcance e potencialidades do empreendimento, efetuar alterações estratégicas e controlar os resultados estratégicos;

f) competências de comprometimento: com as metas de longo prazo, com os colaboradores, com crenças e valores, com propósitos pessoais e dedicação ao empreendimento.

Em uma ampliação da proposta, Man (2001 *apud* CURY e VEIGA, 2021) agrega a existência de dez competências empreendedoras e desenvolve um instrumento para aferi-las, sendo estas: oportunidade, relacionamento, analítica, inovador, operacional, humano, estratégico, comprometimento, aprendizado e competências de força pessoal.

Man, Lau e Snape (2008, p. 257-276 *apud* CURY e VEIGA, 2021), afirmam:

Os empreendedores competentes são aqueles que identificam oportunidades de inovação, desenvolvem novos produtos e serviços, encontram formas de aumentar a qualidade e reduzir custos e, assim, melhoram o desempenho das empresas. (MAN, LAU e SNAPE, 2008, p. 257-276 *apud* CURY e VEIGA, 2021)

Segundo Mitchelmore e Rowley (2010 *apud* CUALHETA et al, 2020) as competências empreendedoras são apresentadas por indivíduos que iniciam e transformam negócios e costumam ser relacionadas com o nascimento, a sobrevivência, o desempenho e crescimento de negócios e põe em prática essas competências para trabalhar em prol da sua organização fazendo com que os resultados esperados sejam alcançados.

Conforme, Mitchelmore e Rowley (2010 *apud* CUALHETA et al, 2020) nas pequenas e médias empresas, as competências empreendedoras são usadas pelos fundadores e funcionários para combinarem recursos da melhor forma possível, garantindo que os resultados da empresa sejam alcançados e com isso quem ganha é a empresa através do trabalho com comprometimento.

Kyndt e Baert (2015 *apud* CUALHETA et al, 2020) desenvolveram e testaram um instrumento para identificar as competências empreendedoras consideradas as mais importantes para se alcançar o resultado esperado pela organização. As competências essenciais identificadas pelas autoras foram: perseverança, autoconhecimento, orientação para aprendizagem, busca de retorno, capacidade de tomar decisões, capacidade de planejar o futuro, independência, persuasão, criação de redes de relacionamento, identificação de oportunidades, conhecimento do mercado, conduta social e ambientalmente responsável.

Para Campos & Lima, (2019); Man *et al.*, (2002), as CE (Competências Empreendedoras) dizem respeito a habilidade de desempenhar um trabalho com êxito, influenciando nos bons resultados do empreendimento, fatores estes de segundo plano, as habilidades, qualidades pessoais e atitudes, que são capazes de afetar o desenvolvimento das CE, sendo assim necessário ao empreendedor adequar suas características a fim de escolher comportamentos que estejam alinhados e que auxiliem na criação ou ampliação do empreendimento.

Embora as competências sejam pontos de partida para um empreendedor de sucesso, é necessário também contar com as habilidades empreendedoras que pode ser desenvolvida ou aprimorada por meio da busca por mais conhecimentos e até mesmo através da prática para que o negócio possa alavancar como esperado.

### 2.1.2 Habilidades Empreendedoras

Em sequência aborda-se sobre as habilidades empreendedoras, que por sua vez são relevantes para que uma organização se desenvolva. A partir dos estudos de McClelland, elencam-se cinco habilidades empreendedoras consideradas para este estudo, sendo elas: motivação para a realização, autocontrole, propensão de assumir riscos, resolução de problemas e a de influenciador (UNITECNE, 2004). Estas habilidades são detalhadas no quadro 2.

Quadro 2 – Habilidades empreendedoras

Motivação para a realização	Fatores motivacionais influenciam na melhor capacidade de atuação, que contribuem para a qualidade de vida das pessoas, sendo essa qualidade um impulsionador de força e interesse na vida (Soares, 2015). A motivação leva as pessoas a exercerem suas atividades profissionais com dedicação, esforço, energia para a realização das suas obrigações diárias e consecutivamente consegue o alcance de um bom resultado (Vilas Boas, 2015). Cabe destacar que o empreendedor de sucesso faz as coisas antes de solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias (Vilas Boas, 2015).
Autocontrole	O autocontrole, como habilidade comportamental do empreendedor, pode ser caracterizado como a busca por autonomia em relação às normas e controles de outros, tendo em vista que conforme expõe Vilas Boas (2015) esse indivíduo mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores. O empreendedor de sucesso expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio. Empreendedores buscam seus objetivos com respeito, valores reais e humanos e possuir autocontrole significa ter em seu perfil capacidade de lidar com impulsos e estados de espírito, além de possuir um grande grau de propensão a não fazer julgamentos, tendo cautela antes de tomar alguma decisão (Mota, 2013).

Continua ...



Continuação.

Propensão a assumir riscos	A propensão a assumir riscos mostra o quanto o indivíduo está disposto a se arriscar em determinada oportunidade (Pereira, Marques, Botelho, Castro, & Vieira, 2015). Para esses autores uma elevada propensão ao risco significa que o indivíduo opta por alternativas cujas consequências estão muito além de suas expectativas. São empreendedores que não se intimidam com um ambiente incerto. Vale ressaltar que essa característica aumenta de acordo com o nível de desenvolvimento do negócio (Pereira et al., 2015).
Resolução de problemas	A habilidade de resolver problemas pode ser definida como o modo de agir perante a um evento que não estava previsto no cotidiano (Krüger et al., 2017). Outra característica associada a esse perfil é a capacidade de resolver o problema antes mesmo de que ele aconteça, pois está sempre atento aos mínimos detalhes, se utilizando da sua criatividade e capacidade de inovação. Um empreendedor com essa habilidade tem maior autoconfiança, ele acredita na sua capacidade segundo McClelland (1987 apud ROSSATO et al, 2021). Ele constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais (Vilas Boas, 2015). Quando você sente que tem razão ou que está correto em determinado assunto, significa que você está seguro em relação ao seu pensamento ou suas próprias decisões. O que pode ser aplicado em situações específicas, como por exemplo, a tomada de decisão do empreendimento. Empreendedores com autoconfiança conseguem enfrentar os desafios e problemas encontrados com total domínio sobre as situações, os mesmos acreditam em suas habilidades para superá-los (Brito, Pereira & Linard, 2013).
Influenciador	De modo geral, o fato de ter coragem para abrir seu próprio negócio traz consigo uma influência na sociedade, pois perante ao fato de ter a coragem necessária para empreender, já se torna um fator influenciador. Para Vilas Boas (2015) o empreendedor de sucesso deve apresentar um comportamento persuasivo, utilizando-se de estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros. Além disso o caráter influenciador deve estar atrelado a uma rede de contatos, na qual utiliza-se de pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos. O empreendedor influenciador age para desenvolver e manter relações (Vilas Boas, 2015).

Fonte: Rossato, et al. (2021), com adaptações.

No Quadro 2, destacam-se as habilidades empreendedoras onde as mesmas servem para impulsionar o empreendedor a ter sucesso no seu negócio, dentre tantas outras habilidades e competências que um empreendedor pode ter.

Habilidades empreendedoras são indispensáveis assim como as competências empreendedoras para se ter um resultado que a empresa deseja alcançar, e para isso é preciso ter muita força de vontade e dedicação, pois tudo é um desafio, principalmente para aqueles que desejam atuar como empreendedor e as habilidades e competências são fundamentais para fazer a empresa crescer e para o seu negócio ter sucesso. De acordo com Brancher, Oliveira e Roncon, (2012), existem diferentes autores que desenvolveram conjuntos de habilidades para o empreendedor de sucesso, dentre eles ganha destaque McClelland, habilidades essas que fazem o empreendedor ter credibilidade e alavancar seus negócios.

Segundo Krüger & Minello, (2018), as habilidades empreendedoras são relevantes para a evolução da empresa, sendo que parte delas podem ser inatas ou aperfeiçoadas, pois o

empreendedor não é um ator social estático no que se refere ao seu comportamento, mas sim um indivíduo dinâmico.

Para Schaefer e Minello (2019 apud ROSSATO et al, 2021), o desenvolvimento das habilidades empreendedoras é um modo de auto enriquecimento e isso faz com que a empresa alavanque de uma forma que seus objetivos sejam alcançados e que as oportunidades apareçam mais ainda para que se tenha sucesso e que suas expectativas possam ir além do que o esperado, e esses aspectos comportamentais podem distinguir um empreendedor de um não empreendedor.

Portanto, é necessário que se tenha habilidades de um empreendedor, e muito se fala desde muito tempo atrás, porém nos dias atuais o empreendedorismo tem despertado o interesse de universitários em se tornar um empreendedor, através disso surge o empreendedorismo universitário que tem sido destaque em países principalmente nos Estados Unidos da América.

## 2.2 EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO UNIVERSITÁRIO

De acordo com Bellucci & Pennacchio; Cruz e Christopher S. Hayter (2016; 2000 e 2016 apud KANIAK e TEIXEIRA, 2022), o conhecimento tem um papel de destaque na sociedade do séc. XXI e é considerado o mais importante insumo para geração de riquezas e bem estar social à medida que as corporações vêm competindo em uma economia mundial o que resulta da alta competitividade entre as empresas e isso faz com que o mercado de trabalho seja cada mais competitivo e as empresas busquem por inovar para que haja uma competição à altura entre as organizações e isso tem como resultado uma competição e um ganho para a economia do país.

Em consequência disso, como afirma Etzkowitz (2004 apud KANIAK e TEIXEIRA, 2022), muitas universidades passam a ter que ocupar um papel importante e a contribuir nesse contexto do empreendedorismo universitário como fonte de conhecimento, e muitas oportunidades de interagir com o mercado de trabalho. A capacidade de uma nação gerar conhecimento e convertê-lo em riqueza e desenvolvimento social, depende da ação de agentes institucionais atuando cooperativamente como universidades, governo, empresas e sociedade.

Dos autores que fizeram recortes específicos no tema podemos citar Perkmann et al (2012 apud KANIAK e TEIXEIRA, 2022) que enfatizaram a questão do engajamento dos professores e cientistas nas atividades empreendedoras acadêmicas e discutem a falta de pesquisas no que se refere ao impacto dessas colaborações em outras atividades da

universidade, como pesquisa e ensino. E por outro lado tem se discutido bastante sobre temas referentes e que de alguma forma pode despertar o aluno a gostar e atuar neste campo do empreendedorismo universitário.

Segundo Davey, Rossano, e Van Der Sijde (2016 *apud* KANIAK e TEIXEIRA, 2022), as universidades passam a ocupar um papel central e contribuir neste contexto através do empreendedorismo universitário como fonte de novos conhecimento, tecnologias e oportunidades de interação com o mercado e a comunidade. E por meio do ensino nas universidades é possível preparar os universitários para o mercado de trabalho, principalmente se o universitário ter vontade em ser um empreendedor, a universidade é a base central para que o conhecimento seja adquirido pelo aluno com êxito.

De acordo com Marques (2016), no Brasil, o ato de se estudar o empreendedorismo no contexto universitário, é particularmente importante visto que o ambiente ainda se encontra bastante refratário, e as observações de Ipiranga, Freitas e Paiva (2010) mostram que, no Brasil, o empreendedorismo acadêmico dá sinais de existência, porém, é preciso ainda percorrer um longo caminho para se consolidar estes conceitos e, em consequência, a complementariedade entre as perspectivas práticas.

Deste modo Guerrero, Cunningham, e Urbano (2015 *apud* KANIAK e TEIXEIRA, 2022), destacam que as universidades empreendedoras têm elevado nesse novo cenário social e econômico, o que demanda mudanças em vários níveis das instituições de ensino que envolvem transformações em conteúdo, estrutura, governança e estratégias.

No campo da educação empreendedora, Sirelkhatim e Gangi (2015 *apud* KANIAK e TEIXEIRA, 2022) abordaram o crescimento da atividade dentro do currículo das universidades nos últimos anos e isso gera mais recurso para as organizações e mais oportunidades para aqueles que tiverem interesse em atuar neste campo. Marques (2016), afirma que:

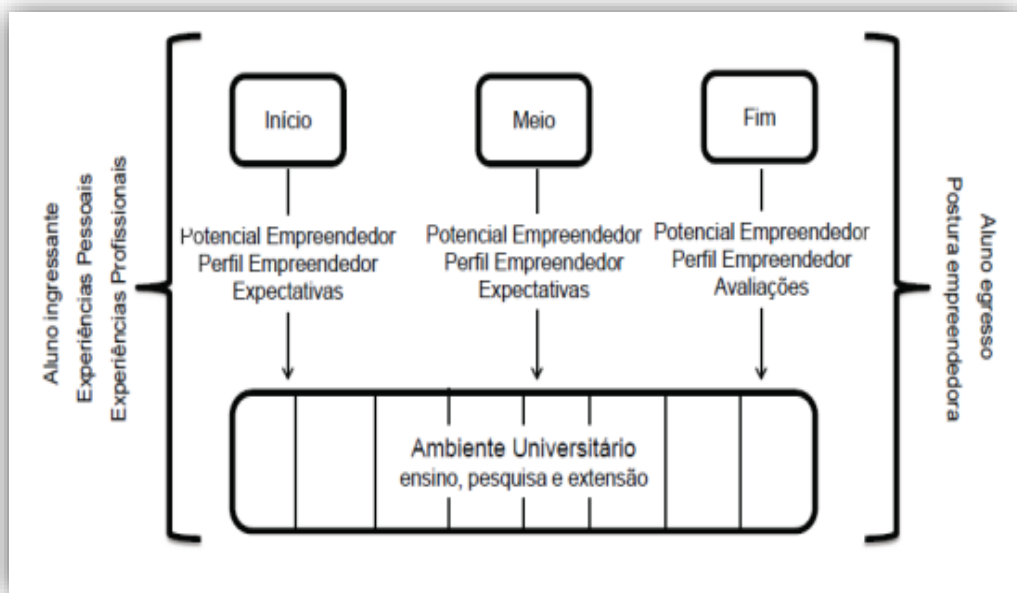
O empreendedorismo universitário como matéria inspiradora de reestruturações organizacionais, passa a ser apontado como uma das formas das instituições universitárias voltarem suas ações para o desenvolvimento econômico e social, aproximando-se das demandas da sociedade. (MARQUES, 2016, p. 7)

E de acordo com o INEP (2017), essa demanda vem crescendo em função das necessidades de pessoas aptas ao mercado de trabalho, do quantitativo de recém-formados, 3 milhões entre Instituições de Ensino Superior público e privado.

O empreendedorismo está sendo estudado por empresários, pesquisadores e agentes do governo, não é recente, como visto em Schumpeter (1942 *apud* Marques, 2016), porém o empreendedorismo universitário sim segundo, Etzkowitz e H. Etzkowitz (2009 *apud* KANIAK

e TEIXEIRA, 2022), dentro do contexto da universidade pública federal. É possível de se notar que o empreendedorismo universitário é mais relevante para aqueles estudantes que tem interesse em ser um empreendedor, para aqueles que de alguma forma tiveram contato com algum empreendedor ou por se interessarem nessa área por ter alguém da família que esteja atuando como empreendedor. Sadaoizuka e Moraes (2014) elaboram um modelo conceitual de pesquisa, descrito na Figura 3, para demonstrar a passagem do estudante no meio empreendedor universitário.

Figura 3 - Modelo conceitual de pesquisa



Fonte: Sadaoizuka e Moraes, (2014), p. 605.

Conforme figura 3, mostra a passagem do empreendedor no meio universitário, e de alguma forma isso cria por alguns momentos expectativas, tem todo um processo, como um início, meio e fim até que se chegue à conclusão de que realmente deseja atuar nesta área e tenha uma postura empreendedora relevante, depois de muitas pesquisas feitas quando ainda estava na universidade. Nos dias atuais a maioria dos empreendedores são alunos de Administração e de alguma forma sua passagem pela universidade os incentivou a se tornarem empreendedores, o que gera mais recurso econômico e emprego onde o mesmo atuar.

Desta forma Oliveira, Melo e Muylder (2016), destacam que, é importante gerir ações que despertem a visão destes alunos para outros horizontes, de modo a refletir que existem inúmeras oportunidades e possibilidades de se empreender, além de despertar o interesse dos universitários para que possam atuar como empreendedor. Atualmente, observa-se maior

interesse do universitário formado em Administração terem essa vontade e outros já atuam neste ramo do empreendedorismo.

Portanto, vale destacar que para se falar em empreendedorismo universitário, é importante que se fale do estudo com egressos, das diretrizes curriculares do curso de Administração e do Administrador para que se tenha um breve estudo da importância de cada um e de como é necessário que cada vez mais se busque o conhecimento sobre sua formação.

### **2.2.1 Aspectos gerais de estudos realizados com egressos de Administração**

É importante que se faça um acompanhamento com os egressos, para assim verificar se estão desenvolvendo suas atividades como foram aprendidas durante seu percurso na universidade, tendo em vista as grandes mudanças que ocorrem desde sua saída da faculdade, até sua realização profissional, pois o mercado de trabalho está em constante mudança, não se pode retroceder ao que foi aprendido durante sua vida acadêmica, mais está sempre buscando por mudanças positivas para que seu trabalho seja reconhecido e sua vida profissional ganhe destaque no mercado de trabalho.

De acordo com Chauí (2003), a relação imediata entre a instituição universitária e a sociedade, gerou uma necessidade de desenvolver-se estudos e ferramentas para o acompanhamento dos egressos. Nesse sentido, a realização de pesquisas e estudos é de suma importância, pois ela atende a um dos principais objetivos da instituição de ensino superior: compartilhar o conhecimento desenvolvido no ambiente universitário para os diferentes setores da sociedade. É necessário que se tenha um acompanhamento dos egressos para que tenha uma base de como ele está desenvolvendo o que foi aprendido durante seu percurso na faculdade e que estes são muito importantes para que se desenvolvam pesquisas que darão ênfase à sua formação acadêmica e sua vida profissional depois de formado, quando se torna egresso da universidade.

Sendo assim, acompanhar o egresso é uma forma de interligar a universidade e seu entorno. O contato com esses agentes permite analisar e perceber pontos que podem apoiar o desenvolvimento do ensino superior a fim de tornar-se cada vez mais ajustado à sociedade (LOUSADA; MARTINS, 2005). Como justificativa de que esse acompanhamento é algo muito relevante para o desenvolvimento da universidade como um todo e assim os egressos poderiam estar mais aptos a atuar no mercado de trabalho e desenvolver suas habilidades e competências adquiridas ao longo de sua vida acadêmica.

Segundo Lima e Andriola (2018), apontam que os egressos têm a possibilidade de apresentar avaliações mais consistentes sobre o curso, pois com o tempo podem analisar de forma mais prática a contribuição gerada pelo mesmo. E isso pode acabar gerando que se tenha um retorno sobre a sua atuação no mercado e também o que todos esperam que aconteça depois de formados que é sua satisfação profissional apesar de tudo ser muito competitivo nos dias atuais.

Silva, Mineiro e Favaretto (2022), contribuíram com um debate ao declarar que é importante e possível compreender outras informações como a função que o egresso desempenha no momento, se atua em mais profissões e até sua localização geográfica. Portanto, os egressos possuem funções que são muito importantes para se tenha uma base de tudo que ele aprendeu na faculdade e as habilidades adquiridas pelo mesmo, então buscar saber como estes egressos estão atuando é um dos objetivos deste trabalho e o quanto são importantes para dar continuidade a muitas outras pesquisas. Queiroz (2014), afirma que:

O egresso é de suma importância, por ser considerado um público crítico em relação às instituições de ensino pela qual se dedicaram em sua formação profissional, pois podem apoiar, analisar e criticar a instituição, propiciando assim a capacidade de melhoria a estas instituições universitárias. (QUEIROZ 2014, p. 183).

Sendo assim, muitas organizações de ensino optam pela criação de sistemas que auxiliem no mapeamento e acompanhamentos de seus egressos, pois através destes mapeamentos podem fazer um acompanhamento para assim terem resultados que possam auxiliar nas atividades de planejamento e gestão que percorrem a administração das universidades brasileiras (QUEIROZ; PAULA, 2016).

Existe uma grande diferença entre outros países e o Brasil quando se fala em egresso. Em nosso país ainda é pouco feito esse acompanhamento com os estudantes depois que saem das universidades. E de acordo com Silva, Mineiro e Favaretto (2022), nos Estados Unidos, as instituições de ensino apostam em benefícios e serviços para motivar o egresso a manter o seu vínculo com a universidade. Ou seja, nos países à fora e principalmente nos Estados Unidos eles apostam em benefícios e serviços para que o egresso não perca vínculo com a instituição a qual se formou e isso é muito importante pois dar uma credibilidade tanto para o egresso quanto para a universidade.

No contexto brasileiro, Queiroz (2014) afirma que diante das experiências existentes, o relacionamento com egressos ainda é pouco desenvolvido e como já foi mencionado, no Brasil é muito precário ainda essa relação dos egressos com as instituições de ensino por falta de

interesse mesmo das instituições em buscar não perder essa relação com seus egressos e isso seria muito importante tanto para o estudante já formado, quanto para a instituição.

Uma pesquisa feita pelo Inep no ano de 2014, elaborada pelas próprias comissões de avaliação das universidades com objetivo de verificar as políticas de acompanhamento, observou que muitos estudos têm focado nas trajetórias dos egressos, sendo que metodologias e ações de acompanhamento ainda são pouco exploradas (INEP, 2015). Tais estudos são detalhados no quadro 3.

Quadro 3- Estudos das trajetórias dos egressos do curso de Administração de universidades do Brasil

<b>Autores</b>	<b>Resultado de estudos com egressos do curso de Administração de universidades do Brasil</b>
Marzall et al. (2019)	Realizaram um estudo com egressos do curso de administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) de 1975 a 2015, a fim de identificar esses alunos por meio da análise de seus perfis profissionais e seus posicionamentos em relação ao mercado de trabalho. Dentre os resultados, destaca-se que dos 596 respondentes, 56,1% eram do gênero masculino, 87,5% possuíam um trabalho, 57,4% atuavam no setor privado, 61,2% possuíam cursos de especialização ou pós-graduação e que as áreas de finanças e marketing apresentaram percentual de egressos atuantes de 13,5% e 12,4%, respectivamente.
Araújo et al. 2019	Realizaram um estudo com egressos do curso de administração da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT) do campus Juara referente às turmas fora de sede ingressantes nos anos de 2001 e 2022, a fim de analisar suas atuações profissionais. Os resultados mostram que, dentre os 36 egressos participantes, 56% eram do gênero masculino, 40% tinham realizado ou estavam realizando um curso de pós graduação, 23% tinham cursado ou estava cursando outra graduação, 50% atuavam em organizações privadas, 30% atuavam na área de finanças, 25% possuíam cargo de diretoria e 25% cargo de gerente.
Giacomin, Simon e Tosta (2019)	Analysaram os perfis de egressos do curso de administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) do campus de Chapecó, em Santa Catarina. Dentre os 70 egressos que participaram do estudo, 67,1% eram mulheres, 32,85 realizaram cursos de pós-graduação no nível de especialização, 4,28% realizaram mestrado, 67,1% possuíam emprego formal com registro em carteira assinada, 18,6% eram servidores públicos, somente um egresso estava desempregado, 41,3% atuava na área de administração geral e 30,2% na área financeira.
Silva e Oliveira (2019)	Realizaram um estudo com egressos do curso de administração da Faculdade Integrada de Araguatins (FAIARA) no Tocantins formados entre 2009 e 2014, a fim de analisar seus perfis profissionais. Os resultados mostram que, dentre os 31 participantes, 56% eram do sexo masculino, 66% dos que estavam exercendo atividade profissional atuavam em áreas específicas da administração, 35% atuavam com vendas, 28% atuavam em administração pública e 88% se sentiam preparados para atuar no mercado de trabalho.
Moraes (2019)	Realizou um estudo com egressos graduados em administração em todo o Brasil, a fim de analisar suas inserções profissionais e mobilidade social. Dos 847 egressos estudados, 97,87% cursaram administração e 2,13% administração pública, 56,7% eram mulheres, 61,4% ingressaram nas universidades por meio de vestibular, 80,9% estavam exercendo atividade profissional, 65,2% possuíam contrato de trabalho com prazo indeterminado, 63,4% trabalhavam 40 ou mais horas semanais, os principais cargos foram de administradores e analistas, 36,6% trabalhavam em empresas de grande porte, 50,2% em empresas privadas e 58,7% no setor de serviços.

Fonte: A autora, a partir de material pesquisado (2022).

Como mostrado no quadro 3, estudos feitos por autores com egressos do Curso de Administração em diferentes universidades mostram que a maioria que fez parte da pesquisa era do sexo masculino e que alguns estão atuando em diferentes áreas específicas da Administração, outros estavam cursando outros cursos, alguns com pós-graduação, dentre outras informações. Então, o que se pode ter como análise, que é de grande importância que as universidades e até mesmo seus alunos que ainda estão nas universidades tenham esse interesse em fazer estes tipos de pesquisas com egressos que um dia fizeram parte da mesma faculdade e que isso é muito relevante para que seja feito um acompanhamento e que possa gerar mais pesquisas futuras relevantes para as universidades e que mesmo sendo ex-aluno, continua sendo importante para o lugar que um dia fez parte de sua vida e de seus conhecimentos adquiridos.

O estudo de Simon e Pacheco (2020), analisou os portais de diferentes universidades brasileiras e observaram que o acompanhamento de egressos é ainda recente e sua importância e finalidade ainda não é consolidada. Apesar de recente, é muito importante que se dê continuidade a esses acompanhamentos com os egressos para que assim se tenha mais interesse para as universidades continuarem fazendo estudos com os egressos que um dia fizeram parte de suas universidades e que isso pode ser bom para ambos. Portanto, nas diretrizes curriculares fala também do egresso e qual sua função depois de sua formação, e quem é o Administrador, qual seu papel dentro das organizações, entre outros.

### **2.2.2 Diretrizes Curriculares do Curso de Administração e o Administrador**

De acordo com Arantes e Monteiro (2016), as Instituições de Ensino Superior no Brasil, quando contemplam em sua oferta, curso de graduação em Administração, devem, no que tange a organização do curso por meio do seu projeto pedagógico, fazê-lo, em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, bacharelado, estabelecidas pelo Ministério da Educação (MEC). Estas diretrizes são de grande importância pois elas regem o curso de graduação em Administração, e em seu Art. 2º, a resolução afirma que:

A organização do curso de que trata esta Resolução se expressa através do seu projeto pedagógico, abrangendo o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, as atividades complementares, o sistema de avaliação, o projeto de atividade, como Trabalho de Curso, componente opcional da instituição, além do regime acadêmico de oferta e outros aspectos que tornem consistente o referido projeto pedagógico. (BRASIL, MEC, 2005, p.1)



As diretrizes curriculares nacionais fazem ainda uma observação importante acerca do curso: “modos de integração entre teoria e prática [...] formas de avaliação do ensino e da aprendizagem, incentivo à pesquisa, como necessário prolongamento da atividade de ensino e como instrumento para a iniciação científica” (BRASIL, MEC, 2005, p.1).

As diretrizes abordam também sobre outros elementos muito importantes na relação teoria e prática. A integração entre teoria e prática deve-se ao envolvimento de saber a diferença entre ambos e o quanto é importante tanto saber a teoria quanto a prática, uma vez que ambos se completam e são relevantes para o ensino. Na forma de avaliação do ensino e aprendizagem, deve-se ter o incentivo pela pesquisa, principalmente para que o universitário saiba que é necessário buscar o conhecimento, aprender mais e se destacar quanto a pesquisas de iniciação científica através de seus trabalhos como artigos, entre outros, durante todo o seu percurso na universidade.

Segundo Arantes e Monteiro (2016) avaliar e certificar as competências, significa também, garantir uma formação profissional para o egresso do curso de graduação em Administração em total consonância com as diretrizes curriculares nacionais. É necessário que se tenha uma avaliação e que se possa certificar-se com relação as competências o que pode garantir que a formação do egresso do curso de Administração entre em concordância com as diretrizes curriculares.

É de total relevância que se tenha uma pesquisa sobre as avaliações e competências do administrador, pois o seu não alcance só mostra que a sua formação fica apenas ligada a uma intenção e não em sua realidade, o que tem tornado cada vez mais a discussão com relação as diretrizes no que diz respeito as habilidades e competências do Administrador. E o não alcance dessas competências pode acontecer de que se tenha que fazer uma revisão quanto ao processo de aprendizagem. De acordo com (BRASIL, MEC, 2005, p.2), o Art. 4º das diretrizes curriculares nacionais do curso de Administração, afirmam que: O Curso de Graduação em Administração deve possibilitar a formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

1. Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
2. Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;

3. Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
4. Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
5. Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional; VI - desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;
6. Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações;
7. Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais. (BRASIL, MEC, 2005, p.2).

O mínimo que se pode revelar que a formação profissional de Administração é que exerça tais habilidades e competências dentro de uma organização, seja onde ele atuar, e tudo isso está nas diretrizes nacionais curriculares, o bom profissional deve reconhecer problemas e defini-los em sua totalidade, pensar estrategicamente, não precipitadamente, ter iniciativa, determinação, deve estar aberto à mudanças, entre tantas habilidades e competências que se pode ter para exercer a sua formação em Administração de acordo com as diretrizes curriculares.

As diretrizes curriculares nacionais do curso de Graduação em Administração tratam sobre o estágio curricular supervisionado que é direcionado para que seja consolidado o desempenho dos profissionais de Graduação em Administração, tendo a cumprir-se de acordo com o que está estabelecido nas diretrizes. E no Art. 7º da resolução segundo Brasil MEC (2005) diz que:

O Estágio Curricular Supervisionado é um componente curricular direcionado à consolidação dos desempenhos profissionais desejados inerentes ao perfil do formando, devendo cada instituição, por seus Colegiados Superiores Acadêmicos, aprovar o correspondente regulamento, com suas diferentes modalidades de operacionalização (BRASIL, MEC, 2005, p.3).

É importante que se obedeça às diretrizes, que se faça jus ao que nelas está estabelecido, e quanto ao estágio por ser um componente curricular e obrigatório é importante que o universitário o desempenhe com êxito, pois através do mesmo serão desempenhados o que foi aprendido durante seu percurso acadêmico e que assim será avaliado o desempenho do universitário.

Fazendo uma comparação com a Resolução nº de 13 de julho de 2005, para a Resolução nº de 14 de outubro de 2021, quanto ao perfil e competências esperadas do egresso, segundo (Portal MEC, 2021, p.1), o Art. 3º diz que, o Curso de Graduação em Administração deve proporcionar aos seus egressos, ao longo da formação, além dos conhecimentos, ao menos as seguintes competências gerais:

1. Integrar conhecimentos fundamentais ao Administrador - Para além de apenas deter conhecimentos fundamentais, o egresso deve ser capaz de integrá-los para criar ou aprimorar de forma inovadora os modelos de negócios, de operacionais e organizacionais, para que sejam sustentáveis nas dimensões sociais, ambientais, econômicas e culturais. Entre os conhecimentos fundamentais incluem-se os de Economia, Finanças, Contabilidade, Marketing, Operações e Cadeia de Suprimentos, Comportamento Humano e Organizacional, Ciências Sociais e Humanas e outros que sirvam às especificidades do curso;
2. Abordar problemas e oportunidades de forma sistêmica - Compreender o ambiente, modelar os processos com base em cenários, analisando a interrelação entre as partes e os impactos ao longo do tempo. Analisar problemas e oportunidades sob diferentes dimensões (humana, social, política, ambiental, legal, ética, econômico-financeira);
3. Analisar e resolver problemas - Formular problemas e/ou oportunidades, utilizando empatia com os usuários das soluções, elaborar hipóteses, analisar evidências disponíveis, diagnosticar causas prováveis e elaborar recomendações de soluções e suas métricas de sucesso passíveis de testes;
4. Aplicar técnicas analíticas e quantitativas na análise de problemas e oportunidades - Julgar a qualidade da informação, diferenciando informações confiáveis de não confiáveis, e de que forma ela pode ser usada como balizadora na tomada de decisão. Identificar, sumarizar, analisar e interpretar informações qualitativas e/ou quantitativas necessárias para o atingimento de um objetivo inicial. Julgar a relevância de cada informação disponível, diferenciando meras associações de relações causais. Comunicar suas conclusões a partir da construção e análise de gráficos e de medidas descritivas. Identificar os contextos em que técnicas de inferência estatística possam ser utilizadas e, por meio delas, julgar até que ponto os resultados obtidos em uma amostra podem ser extrapolados para uma população;
5. Ter prontidão tecnológica e pensamento computacional - Compreender o potencial das tecnologias e aplicá-las na resolução de problemas e aproveitamento de oportunidades. Formular problemas e suas soluções, de forma que as soluções possam ser efetivamente realizadas por um agente de processamento de informações, envolvendo as etapas de

- decomposição dos problemas, identificação de padrões, abstração e elaboração de sequência de passos para a resolução;
6. Gerenciar recursos - Estabelecer objetivos e metas, planejar e priorizar ações, controlar o desempenho, alocar responsabilidades, mobilizar as pessoas para o resultado;
  7. Ter relacionamento interpessoal - Usar de empatia e outros elementos que favoreçam a construção de relacionamentos colaborativos, que facilitem o trabalho em time e a efetiva gestão de conflitos;
  8. Comunicar-se de forma eficaz - Compartilhar ideias e conceitos de forma efetiva e apropriada à audiência e à situação, usando argumentação suportada por evidências e dados, deixando claro quando suportada apenas por indícios, com a preocupação ética de não usar dados para levar a interpretações equivocadas;
  9. Aprender de forma autônoma - Ser capaz de adquirir novos conhecimentos, desenvolver habilidades e aplicá-las em contextos novos, sem a mediação de professores, tornando-se autônomo no desenvolvimento de novas competências ao longo de sua vida profissional. (PORTAL MEC, 2021, p.1-2).

Tanto a resolução de 2005 quanto a de 2021, de acordo com as diretrizes curriculares nacionais da formação em Administração, quando se fala em competências e habilidades tendem a aplicar técnicas, gerenciar arquivos, analisar e resolver problemas, entre outros, mas em comparação a resolução mais antiga, foram acrescentadas mais competências que o universitário de graduação em Administração tem à obedecer para que se sua profissão seja formalizada de acordo com o que fala na resolução mais atual.

O egresso do Curso de Graduação em Administração tem de expressar um conjunto coerente de acordo com as diretrizes curriculares, que possa estar integrado aos conteúdos, ou seja, (o saber), também com as competências, que é (o saber fazer), as habilidades, (saber fazer bem), e as atitudes em (querer fazer), para que assim possa incluir as capacidades que são fundamentais e descritas nas diretrizes e que possa estar coerente com o ambiente profissional a qual o egresso será preparado, tanto local, regional, nacional, entre outros (PORTAL MEC, 2021).

Quanto a organização do Curso de Graduação em Administração, e de acordo com as diretrizes devem especificar e descrever de forma clara segundo Portal MEC, (2021) “o perfil do egresso e a descrição das competências que o Curso se propõe a desenvolver, tanto as de caráter geral como as específicas, considerando a especificidade do curso”, tudo de acordo com os projetos pedagógicos que o curso propõe.

Portanto, as diretrizes curriculares nacionais do Curso de Graduação em Administração, mostra o que os Administradores tendem a seguir para que sua profissão seja exercida com êxito, e sem falar que o Administrador é o agente de mudanças, que tem sempre de estar em

busca do novo, por isso é importante também que seja seguido o que está nas diretrizes curriculares de Graduação em Administração.

### **2.2.3 O Administrador**

O Administrador tem um papel importante principalmente quando é para tomar uma decisão dentro de uma organização, suas ações dentro de uma empresa são muito relevantes, tais como, o planejamento, organização e execução são indispensáveis para que a organização cresça no ramo financeiro.

Historicamente, o ensino de Administração no Brasil passou por dois momentos marcados pelos currículos mínimos aprovados em 1966 e 1993, culminando, ou seja, elevando com a apresentação da proposta de diretrizes curriculares para os cursos de graduação em Administração elaboradas pelos autores em 1998, quando eram membros da Comissão de Especialistas de Ensino de Administração da SESu/MEC. (CRA-AM, 2022).

De acordo com CRA-AM (2022), os cursos de Administração no Brasil têm uma história muito curta, principalmente se comparamos com os EUA, onde os primeiros cursos na área se iniciaram no final do século XIX, com a criação da Wharton School, em 1881 e em 1952, ano em que se iniciava o ensino de Administração no Brasil, os EUA já formavam em torno de 50 mil bacharéis, 4 mil mestres e cem doutores por ano, em Administração. Ou seja, o curso de Administração no Brasil se comparado aos Estados Unidos tem uma baixa taxa quanto a formação de Administradores.

O dia do Administrador é no dia nove de setembro, por ser a data de assinatura da Lei nº 4769, de 9 de setembro de 1965, que criou e regulamentou a profissão de Administrador. E o dia do Administrador foi instituído pela Resolução CFA nº 65/68, de 09/12/68 (CRA-AM, 2022). Essa profissão foi intitulada indispensável para o bom funcionamento das organizações (empresas), por preparar profissionais capazes de atuar e exercer diferentes funções, pois ele planeja, organiza, lidera e controla através da sua ação dentro de uma empresa, a organização e a visão estratégica fazem muita diferença no trabalho de um Administrador. No ato da sua colação de grau, o Administrador faz o seu juramento que de acordo com o CRA-AM (2022), diz que:

O juramento retrata o momento solene em que o profissional na plenitude de sua formação profissional, de sua conscientização como membro de uma categoria, de seu amadurecimento como cidadão investido de responsabilidade para com toda comunidade, afirma, livre mas enfaticamente, sua integral dedicação aos postulados da profissão e total respeito aos seus valores técnicos, legais e morais (CRA-AM, 2022).

A Assembleia de Presidentes de Conselhos de Administração, Federal e Regionais, aprovou em sua 2ª. reunião, realizada em Brasília no dia 8 de maio de 1978, o juramento do “ADMINISTRADOR”, nos termos propostos pelo Conselho Regional de Administração de São Paulo (CRA-AM, 2022).

Quanto ao juramento do Administrador, segundo o CRA-AM (2022):

Prometo DIGNIFICAR minha profissão, consciente de minhas responsabilidades legais, observar o código de ética, objetivando o aperfeiçoamento da ciência da administração, o desenvolvimento das instituições e a grandeza do homem e da pátria (CRA-AM, 2022).

Através do juramento é necessário fazer desta profissão a razão do orgulho do Administrador, respeitando o que foi jurado, e valorizar cada vez mais obedecendo o que foi dito durante o juramento, e assim exercer esta profissão com êxito. Fazer o juramento ao ingressar na profissão, constitui o dever inicial de todo o Administrador, respeitá-lo, obedecendo-o, constitui o dever de sempre do Administrador (CRA-AM, 2022). Foi criado então o símbolo da profissão do Administrador, conforme figura 4.

Figura 4 – Símbolo da profissão de Administração



Fonte: CRA-AM (2022).

Este é o Símbolo do Sistema CFA/CRAs (figura 4). Deverá ser usado em toda a comunicação visual dos Conselhos Federal e Regionais de Administração. O Símbolo é composto de um emblema que representa a profissão de Administrador, cuja concepção e composição é detalhada no “Manual de Identidade Visual da Profissão”, inclusive especificações de cores, para aplicação em policromia ou em preto e branco (CRA-AM 2022).

A procura por saber um pouco do histórico sobre o símbolo da profissão do Administrador, segundo (CRA-AM 2022), o Conselho Federal de Administração promoveu em 1979 um concurso nacional para a escolha de um símbolo que o representasse. Para tanto, foram convidados personalidades relacionadas às artes gráficas, como o industrial José E. Mindlin, o especialista em heráldica Adm. Rui Vieira da Cunha, o grafista Adm. Zélio Alves Pinto, o arquiteto Alexandre Wollner, além dos Presidentes dos Conselhos Regionais de Administração do Rio de Janeiro e de São Paulo, Adm. Antônio José de Pinho e Adm. Roberto Carvalho Cardoso, e do Conselheiro Federal Arlindo Braga Senna, para compor um corpo de jurados que deveriam julgar e escolher o Símbolo da Profissão do Administrador.

O concurso recebeu trezentas e nove sugestões, vindas de quase todos os Estados brasileiros. A escolha final, difícilíssima, devido às linguagens gráficas distintas e oriundas das diversas regiões do país, finalmente legitimou o símbolo já bastante conhecido, que representa em todo o território nacional a profissão do Administrador. O trabalho escolhido foi apresentado por um grupo de Curitiba, denominado “Oficina de Criação” (CRA-AM 2022).

E para explicar melhor o símbolo, foi dada uma justificativa segundo CRA-AM (2022), afirmando que o quadrado é o ponto para atingir o símbolo, uma condensação expressiva e precisa correspondente ao (intensivo/qualitativo), por contraposição ao (extensivo/quantitativo).

Segundo o CRA-AM (2022), a maioria dos administradores é do sexo masculino, casado e com dependentes, tem idade entre 33 anos, são ingressantes em universidades particulares e concluíram o curso de Administração entre 2006 e 2011, possuem especialização em alguma área da Administração, trabalham em empresas de grande porte (serviços e indústria) e órgãos públicos, atuam nas áreas de Administração Geral e Finanças e Recursos Humanos, possuem carteira profissional assinada, ocupam cargos de gerência ou de analista e são registrados em CRA.

O número de Administradoras vinha crescendo continuamente. Em 1994, foi de 21%, em 1998, de 25%, em 2003, de 30%, em 2006, de 33% e em 2011, de 35%, e em uma pesquisa atual, de 2015, o número foi de 34%, verificando-se uma estabilização. Em 21 anos, o

percentual de Administradoras teve um crescimento em termos percentuais de 62% (34%, em 2015, contra 21%, em 1994), de acordo com pesquisas do CRA-AM (2022). Quanto ao gênero o número de administradoras tem crescido bastante o que nos últimos anos eram menores.

Como destaca o CRA-AM (2022), quanto a natureza das IES (Instituição de Ensino Superior), as instituições de natureza privada prevalecem como formadoras dos Administradores com o percentual de 82,44%, as instituições privadas são as que mais formam Administradores, o que é importante saber.

### 2.3 O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO INC – INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 consagra a educação como um direito social, o primeiro na ordem dos direitos sociais que presumem a igualdade entre todos os brasileiros. Como prioridade a educação nesta nova ordem (política, cultural, social, histórica) afirma a universalização da educação como direito social de cada cidadão, visando o modo de desenvolvimento excludente, o qual produzia a apartheid social que legitimava a seletividade brutal, cuja consequência era o impedimento a milhões de brasileiros de ter acesso à educação escolar e permanência na escola formal para aprender, educar-se e prosseguir/progredir em seus estudos posteriores (TELLO, 2022). Nesse sentido, foi criado o curso de Administração do Instituto Natureza e Cultura, campus da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), na Microrregião Alto Solimões-Amazonas.

A UFAM foi criada pela Lei Federal nº 4.069-A, de 12 junho de 1962, como Fundação Universidade do Amazonas. Pelo Decreto nº 53.699 de 13 de março de 1964, fica instituída a Fundação Universidade do Amazonas e aprovado o seu estatuto de funcionamento. Mais de um ano depois, em setembro de 1965, o Diretor da Faculdade de Ciências Econômicas – Professor Saul Benchimol – encaminha o processo nº 26/65 ao Conselho Universitário, onde o mesmo solicita o funcionamento do Curso de Administração. Em assembleia de 17 de novembro de 1965, o pedido foi aprovado pelo Conselho que teve como relator o Professor Orígenes Angelito Martins, sendo oficializado através da resolução nº 09/65, de 20 de novembro de 1965 (TELLO, 2022).

O Conselho Universitário da UFAM criou, através da resolução nº 024/2005/CONSUNI de 25 de novembro de 2005, o Campus Universitário do Polo Alto Solimões, sediado no Município de Benjamin Constant. No mesmo dia, pela resolução nº 027/2005/CONSUNI, foi criada a Unidade Acadêmica Permanente de Benjamin Constant, que posteriormente foi



denominada, conforme resolução nº 027/2006/CONSUNI, no mesmo ano no dia 26 de outubro de 2006, de Instituto de Natureza e Cultura. O campus passou a funcionar em 2006, oferecendo os cursos de Graduação em Licenciatura: Letras, Ciências Agrárias, Pedagogia, Biologia e Química, Artes Visuais (PARFOR); e os cursos de Graduação em Bacharel: Administração e Antropologia. Atualmente, sem evasão, há 1.394 alunos matriculados no INC. O quadro 4 apresenta o quantitativo de alunos por curso que estão ativos.

Quadro 4 – Quantitativo de alunos ativos por curso no INC

<b>Cursos</b>	<b>Quantitativo de alunos ativos</b>	<b>Percentual de Participação</b>
Administração	237	17,00%
Antropologia	168	12,05%
Biologia e Química	267	19,15%
Ciências Agrárias e do Ambiente	205	14,71%
Letras	248	17,79%
Pedagogia	269	19,30%
<b>Total</b>	<b>1394</b>	<b>100%</b>

Fonte: A autora (2022).

De acordo com o quadro 4, atualmente tem 1.394 alunos ativos, sem evasão, o curso que mais tem alunos ativos é de Pedagogia (19,30%) e o de menos participação é o curso de Antropologia (12,05%). Vale destacar que o curso de Administração atualmente atende ao quantitativo de 237 alunos ativos, e desde 2006 quando o INC passa oficialmente a ser um Instituto até este ano se formaram na graduação em Administração 244 considerados egressos.

O curso de Graduação em Administração de Benjamin Constant da Universidade Federal do Amazonas deve estar de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais, como perfil desejado do formando, tendo captação e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador (TELLO, 2022).

Portanto, é importante que o formando em Administração tenha habilidades e competências de um administrador como está nas diretrizes curriculares, é necessário que se tenha tais habilidades e competências necessárias para ser um administrador e para que sua formação profissional seja bem vista onde atuar.

De acordo com Tello (2022), o curso de Administração da UFAM tem como visão proporcionar um conjunto de conhecimentos técnicos e científicos, de atitudes e habilidades que sirvam de suporte à formação e à orientação de futuros gestores de organizações, visando à construção permanente da democracia e da justiça social e a promoção do desenvolvimento e da transformação da sociedade, pois este é um dos papéis que o aluno precisa para assim exercer sua profissão com êxito e ter credibilidade onde o mesmo atuar, tendo como base o que foi suas habilidades e competências adquiridas na sua formação acadêmica.

O objetivo geral do curso de Administração é:

Formar profissionais capacitados para exercerem nos vários campos organizacionais as atividades correlatas à área de administração, comprometidos com o interesse público, capazes de contribuir com seus conhecimentos, capacidade e experiência na gestão de sistemas administrativos (TELLO, 2022).

O curso de Administração oferece aos seus acadêmicos muitas oportunidades durante todo o seu percurso na Universidade, além de ampliar o desenvolvimento de pesquisa e extensão, entre tantos outros recursos que são oferecidos aos alunos como oportunidade de ampliar seus conhecimentos, e tantas outras oportunidades que lhe são dadas durante todo os anos que estão na universidade, além de construir habilidades para atuarem no mercado de trabalho em várias áreas específicas da Administração.

Conforme quadro 5, segue abaixo a matriz curricular do Curso de Graduação em Administração do INC, ora em andamento:

Quadro 5 – Matriz curricular-Curso Administração/INC

<b>Resolução CNE/CES N.º 4, de 13 de julho de 2005.</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Créditos</b>	<b>Carga Horária</b>
<b>I. Conteúdos de Formação Básica</b>	Português Instrumental	4.4.0	60
	Introdução à Filosofia	4.4.0	60
	Introdução à Antropologia	4.4.0	60
	Psicologia Geral	4.4.0	60
	Sociologia Geral	4.4.0	60
	Gestão Organizacional	4.4.0	60
	Elementos de Contabilidade	4.4.0	60
	Introdução à Economia	4.4.0	60
	Economia Brasileira Contemporânea	4.4.0	60
	Instituições de Direito Público e Privado	4.4.0	60
	Gestão da Informação	4.4.0	60
	Direito do Trabalho I	4.4.0	60
	Direito Tributário I	4.4.0	60
	<b>SUB-TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>780</b>

Continua ...

Continuação

Resolução CNE/CES N.º 4, de 13 de julho de 2005.	Disciplinas	Créditos	Carga Horária
<b>II. Conteúdos de Formação Profissional</b>	Teoria da Administração I	4.4.0	60
	Teoria da Administração II	4.4.0	60
	Administração Financeira I	4.4.0	60
	Administração Financeira II	4.4.0	60
	Administração Ambiental	4.3.1	75
	Estrutura e Modelos Organizacionais	4.4.0	60
	Processos Organizacionais	4.4.0	60
	Administração de Recursos Humanos I	4.4.0	60
	Administração de Recursos Humanos II	4.4.0	60
	Administração de Serviços	4.4.0	60
	Administração da Produção e de Operações	4.4.0	60
	Administração Mercadológica I	4.3.1	75
	Administração Mercadológica II	4.3.1	75
	Logística e Gestão de Materiais	4.4.0	60
	Gestão de Custos	4.4.0	60
	Gestão da Qualidade	4.3.1	75
	Associativismo e Cooperativismo	4.3.1	75
	Estratégia Organizacional	4.4.0	60
	Administração Pública	4.4.0	60
	Gestão de Cidades	4.4.0	60
Seminário de Administração	4.4.0	60	
	<b>SUB-TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>1.335</b>
<b>III. Conteúdos de Estudos Quantitativos e suas Tecnologias</b>	Fundamentos de Matemática e Estatística	4.4.0	60
	Metodologia do Estudo e da Pesquisa	4.4.0	60
	Informática Básica	4.4.0	60
	Métodos Quantitativos Financeiros	4.4.0	60
	Desenvolvimento e Gestão de Projetos	4.3.1	75
	Empreendedorismo	4.4.0	60
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>24</b>
<b>Resolução CNE/CES N.º 4, de 13 de julho de 2005</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Créditos</b>	<b>Carga Horária</b>
<b>IV. Conteúdos de Formação Complementar (Optativas)</b>	Administração de Cargos e Salários	4.4.0	60
	Administração Financeira Pública	4.4.0	60
	Auditoria Operacional	4.4.0	60
	Relações Internacionais e Comércio Exterior	4.4.0	60
	Gestão de Organizações do Terceiro Setor	4.4.0	60
	Inovação Organizacional	4.4.0	60
	Planejamento Governamental	4.4.0	60
	Relações de Trabalho	4.4.0	60
	Direito Administrativo	4.4.0	60
	Direito Comercial	4.4.0	60
	Introdução à Análise de Balanço	4.4.0	60

Continua ...

Continuação

Resolução CNE/CES N.º 4, de 13 de julho de 2005.	Disciplinas	Créditos	Carga Horária
...continuação	Mercado de Capitais	4.4.0	60
<b>IV. Conteúdos de Formação Complementar (Optativas)</b>	Planejamento e Organização de Eventos	4.4.0	60
	Administração de Condomínios	4.4.0	60
	Gestão Hoteleira	4.4.0	60
	Gestão Turística	4.4.0	60
	Inglês Instrumental	4.4.0	60
	Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS	4.4.0	60
	OBS: O aluno deverá cursar o mínimo de <b>16</b> créditos correspondentes há <b>240</b> horas aula.		
		Estágio Supervisionado	10.0.10
	Trabalho de Conclusão de Curso – TCC	4.4.0	60
	<b>SUB-TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>360</b>
	Atividades Complementares	-	<b>120</b>
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>190</b>	<b>3.210</b>

Fonte: Coordenação do curso de Administração – PPC de Bacharelado em Administração (2022).

No quadro 5, está destacada a matriz curricular do curso de Graduação em Administração do Instituto de Natureza e Cultura em Benjamin Constant, que nada mais é do que o PPC do curso, conhecido como Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Administração, onde são ofertados conteúdos de formação básica, formação profissional, conteúdo de estudos quantitativos e suas tecnologias, conteúdos de formação complementar e por fim, estágio curricular supervisionado.

O curso apesar de motivar seus alunos a empreenderem, poucas são as disciplinas que dão ao aluno a oportunidade de aprenderem um pouco mais e a fundo nos conhecimentos quanto a área do empreendedorismo, são poucas as disciplinas ofertadas para a área do empreendedorismo que especificamente é a disciplina de empreendedorismo (60 horas-aula), estratégia organizacional (60 horas-aula), na disciplina de administração mercadológica se fala muito em marketing, e em marketing também tem uma base do empreendedorismo, enfim, poucas são as disciplinas direcionadas a esta área.

O curso de graduação em Administração é um dos melhores cursos ofertados pelo Instituto, pois dá ao aluno a oportunidade de atuar como profissional em muitas outras áreas, são oportunidades únicas que como aluno poderiam ter mais conhecimentos e se destacar no mercado de trabalho e na vida profissional.

### 3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo apresenta os resultados e discussões da pesquisa realizada com 8 (oito) egressos do curso de Administração do INC. A apresentação dos resultados é decorrente da pesquisa de campo, cujos dados foram coletados por meio do roteiro de entrevista disposto no Apêndice B. Os participantes estão identificados em ordem alfabética com a sequência iniciada na letra A até a H, para preservar a identidade de cada entrevistado. Ressaltamos que, em algumas questões foram aceitas mais de uma resposta marcada, considerando o assunto abordado. A entrevista foi realizada de maneira presencial e os procedimentos adotados para a realização da coleta de dados, estes estão expressos no termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice A), além de ter-se seguido as diretrizes de biossegurança institucional.

Quanto ao perfil dos participantes da pesquisa (quadro 6) a faixa etária predominante é a de 20 a 30 anos. Quanto ao gênero, são na maioria mulheres e apenas dois homens. Quanto ao estado civil, são predominantemente solteiros(as), não havendo nenhum casado(a), e um deles preferiu não opinar, e cinco deles afirmaram ter filhos.

Quadro 6 – Perfil dos egressos empreendedores participantes da pesquisa

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Faixa etária			Gênero		Estado Civil			Tem Filhos	
	20 a 30	31 a 40	41 a 50	Mulher	Homem	Solteiro	Casado	Prefiro não opinar	Não	Sim
A			X		X	X				X
B		X		X		X				X
C	X			X				X		X
D	X				X	X			X	
E	X			X		X				X
F		X		X		X			X	
G	X			X		X			X	
H		X		X		X				X

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

O quadro 7 apresenta se o egresso deu continuidade à sua formação acadêmica. Nesse sentido, registra-se que a maioria não deu continuidade e dois fizeram a pós-graduação. No entanto, cinco deles realizou curso de qualificação profissional na área do seu negócio. E três

dos participantes entrevistados não fizeram nenhum curso de qualificação profissional na área que atua. A pós-graduação registrada foi realizada por mulheres.

Quadro 7 – Continuidade na formação acadêmica e qualificação profissional

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Não continuou	Outra Graduação	Pós-Graduação (Lato senso)	Qualificação Profissional	
				Não	Sim
A	X				X
B			X		X
C	X				X
D	X				X
E	X			X	
F			X		X
G	X			X	
H	X			X	

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

Quanto a não continuidade na formação acadêmica dos egressos (quadro 7), este fenômeno pode estar associado a questão da dedicação direta ao seu negócio, que normalmente requer a presença constante do empreendedor, tornando a formação uma necessidade secundária, além de que dois deles não possuem sócios, portanto dirigem o trabalho sozinhos.

O quadro 8, revela o tipo de negócio, os quais são bem diversificados indo desde maquiagem a estamparia. Quanto ao tempo de existência do negócio, a maioria respondeu que é de 2 a 3 anos. Vale ressaltar que os egressos empreendedores de faixa etária entre 20 a 30 anos são os que atuam com seu negócio durante esse período de tempo.

Quadro 8 – Tipo de negócio, tempo de existência do negócio e se possui sócio

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Tipo de negócio	Tempo de existência			Possui sócio	
		2 a 3 anos	3 a 5 anos	Acima de 5 anos	Não	Sim
A	Comércio (eletrodomésticos)			X	X	
B	Maquiadora Profissional		X		X	
C	Sorveteria	X			X	
D	Estamparia	X				X
E	Loja de Presentes	X			X	
F	Distribuidora de bebidas	X				X
G	Comércio (vestuário)	X			X	
H	Vestuário e Perfumaria			X		X

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

O quadro 8 também mostra que somente três entrevistados (participante D, F e H) têm sócio em seu negócio. No quadro 9 são apresentados os motivos que os levaram os participantes da pesquisa a empreenderem, bem como os fatores os levaram a escolher o tipo de negócio com o qual os mesmos trabalham. Dentre os fatores, a maioria revelou que foi a oportunidade de empreender no mercado que atuam e também por independência financeira.

Quadro 9 – Principais motivos que os levou a empreender

Principais motivos que os levou a empreender	PARTICIPANTE DA PESQUISA							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Realização/projeto pessoal/sonho					X		X	
Realização profissional					X		X	
Falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho local			X	X				
Oportunidade de empreender nesse mercado	X	X		X	X	X		X
Independência financeira	X			X	X		X	
Melhor qualidade de vida					X		X	

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

Os motivos apresentados no quadro 9 que mostra o que os levou a empreender a maioria respondeu que por uma oportunidade de empreender nesse mercado a qual eles atuam, sendo este um dos principais motivos e por querer ter independência financeira o que vai de encontro a uma realização de projeto pessoal/sonho e realização profissional.

O quadro 10 apresenta os tipos de desafios que os participantes da pesquisa enfrentam para manter o seu negócio, tendo a maioria respondido que os custos de logística são uns dos desafios maiores que eles têm de enfrentar, pois em a microrregião de localização do município de Benjamin Constant (Alto Solimões) possui acesso predominantemente fluvial e depende do ciclo das águas. Esse desafio foi registrado por seis dos oito participantes. Quando o rio começa a secar o desafio se torna maior para trazer a mercadoria para a cidade, pois os barcos de maior porte que transportam mercadorias provenientes da capital, Manaus não conseguem chegar em Benjamin Constant, sendo necessário atracarem no porto do município vizinho (Tabatinga) e o comerciante precisa contratar barcos pequenos (conhecidos como ‘canoão’) para retirarem a mercadoria e levar para Benjamin Constant.

Esse movimento logístico aumentam os custos e requerem boas habilidades para manterem o seu negócio. O participante C, por precisar de freezer para que sua mercadoria não se perca, é um dos comerciantes do município que utiliza a estratégia de contrato de canoões para transporte de mercadoria, vale ressaltar que a participante B, por trabalhar como

maquiadora profissional, respondeu não ter nenhum desafio, apesar de que no município de Benjamin Constant existam outros maquiadores profissionais.

Quadro 10 – Principais desafios enfrentados para manter o negócio

Principais desafios enfrentados para manter o negócio	PARTICIPANTE DA PESQUISA							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Financeiro			X			X	X	
Concorrência alta	X					X	X	X
Poucas opções de fornecedores								
Custos de logística	X		X	X	X	X	X	
Infraestrutura das ruas/cidade	X			X				

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

Interessante destacar que nenhum dos entrevistados registrou ‘poucas opções de fornecedores’ como desafio para manter o negócio. Neste ponto cabe registrar que o município de Benjamin Constant está localizado na área da Tríplice Fronteira entre Brasil-Colômbia-Peru, localização que favorece as possibilidades de aquisição de produtos importados, a exemplo de alimentos, eletroeletrônicos, embelezamento. Além disso, mesmo havendo custos logísticos adicionais e até mesmo demora na chegada de produtos nacionais e outros importados que entram via Manaus, há possibilidade de aquisição diversificada de produtos para comercialização no município.

Quanto aos fatores que os levou a escolher o tipo de negócio com que eles trabalham, a maioria destacou que optou por alta demanda nesse segmento, quatro deles marcaram a opção por boa lucratividade na revenda e apenas um mencionou que por ter dom para o negócio. Nesse ponto observa-se que o mercado na área de atuação escolhida pelos egressos possuem mercado consumidor e com possibilidades de expansão.

O quadro 11, mostra alguns itens estratégicos que os participantes da pesquisa usam para as suas vendas como uma maneira de atrair e fidelizar seus clientes, onde a maioria opta por um bom atendimento, uma vez que essa estratégia é válida em todos os segmentos de negócios, de forma que o cliente observa e tende a voltar se o bom atendimento for a ele dispensado.



Quadro 11 – Estratégias para vendas

Estratégias para vendas	PARTICIPANTES DA PESQUISA							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Bom preço	X							X
Bom atendimento	X		X	X	X	X	X	X
Variedade de produtos	X			X			X	
Qualidade de produtos/serviços	X	X		X	X	X	X	
Ambiente confortável e seguro		X			X	X	X	

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

Outro ponto importante mencionado na entrevista é quanto a formalização do negócio, tendo como não formalizado apenas dois (participante B e H) e um afirmou ser EPP (Empresa de pequeno porte). A maioria é do tipo MEI (Microempreendedor individual). De acordo com o Portal Terra Empresas (2023), em EPP se enquadram os negócios que o faturamento bruto anual não ultrapasse R\$ 4,8 milhões, e os que se enquadram como MEI, são os que se enquadram no regime tributário Simples Nacional (Simei), com faturamento anual de até R\$ 81 mil.

Ainda segundo o Portal Terra Empresas (2023), o Microempreendedor Individual (MEI) é o empresário que segue carreira solo e que mais de 400 atividades podem ser registradas por um MEI. Portanto, percebe-se que os egressos entrevistados, de forma geral, possuem negócios ainda pequenos, mas como afirmam seus negócios possuem alta demanda no âmbito do município, é provável que estes tendam a ampliá-los.

O quadro 12, refere-se ao local onde acontece a venda do negócio dos participantes, neste caso, há destaque para espaço próprio separado da residência e espaço na própria residência. Um dos entrevistados ainda respondeu trabalhar também com loja virtual, que é onde acontece a divulgação e revenda dos produtos, dando maior visibilidade e credibilidade ao seu negócio. Dois deles disseram que fazem em espaço alugado.

Quadro 12 – Local onde acontece a venda do negócio

Local onde acontece a venda do negócio	PARTICIPANTE DA PESQUISA							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Espaço próprio separado da residência	X				X			X
Espaço na própria residência		X		X			X	
Espaço alugado			X			X		
Loja virtual				X				

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

Outro ponto importante informado pelos participantes foi a forma de se manter conectado com seus clientes para identificar suas necessidades e divulgar seus produtos/serviços, tendo a maioria afirmado manter contato por meio de grupos whatsapp. Registra-se que este meio é o mais facilitado no município considerando limitações de sinal para conexão de internet, não apenas no local desta pesquisa, mas em toda a microrregião Alto Solimões. Dois dos participantes também fazem o uso da rede social Facebook e dois pelo Instagram, e um deles (participante A), disse divulgar seu negócio através da rádio, e a participante C, afirmou trabalhar com marketing direto com seus clientes, sendo uma das opções de manter contato contínuo com os clientes.

Em relação às estratégias de fidelização para com os seus clientes, em geral, estes oferecem descontos, realizam promoções, realizam sorteios de brindes, um deles utiliza cupons especiais e um dos participantes afirma oferecer garantia de serviço de qualidade. Nesse quesito, quatro participantes oferecem descontos.

Em uma das perguntas feitas aos participantes da pesquisa, pretendeu-se saber se o mesmo considera que o Curso de Administração contribuiu para a sua decisão de gerar um negócio e empreender (estes se consideram empreendedores), especificamente no município de Benjamin Constant. A maioria dos participantes respondeu que sim, e apenas um dos participantes disse que não. Nesse sentido, os resultados vão de encontro a afirmação de Tello (2022) quando diz que o objetivo geral do Curso de Administração é formar profissionais capacitados para exercerem nos vários campos organizacionais as atividades correlatas à área de administração, comprometidos com o interesse público, capazes de contribuir com seus conhecimentos, capacidade e experiência na gestão de sistemas administrativos.

Com relação aos aspectos da formação em Administração os participantes disseram considerar positivos para a sua consolidação como empreendedor no município de Benjamin Constant, destacando aspectos do ensino no curso como os mais relevantes: Planejamento, Organização, Ética, Gestão de RH, Marketing, Vendas, Financeiro, Logística, Empreendedorismo, Gestão Estratégica e Análise de mercado.

Neste ponto observa-se a relação dos resultados com o posicionamento de Etkowitz (2004 *apud* KANIAK e TEIXEIRA, 2022), quando discute que muitas universidades passam a ter que ocupar um papel importante e a contribuir no contexto do empreendedorismo universitário como fonte de conhecimento, e muitas oportunidades de interagir com o mercado de trabalho. Portanto, os egressos participantes desta pesquisa, mostram que o curso de Administração do INC, de alguma forma, contribuiu para estarem gerindo seus negócios.

Ainda na posição de Etzkowitz (2004 *apud* KANIAK e TEIXEIRA, 2022), a capacidade de uma nação gerar conhecimento e convertê-lo em riqueza e desenvolvimento social, depende da ação de agentes institucionais atuando cooperativamente como universidades, governo, empresas e sociedade. Neste caso, pode-se perceber, pelas respostas dos egressos, que a UFAM/INC atua cooperativamente para o desenvolvimento social por meio dos cursos superiores ofertados em municípios do interior do estado do Amazonas, a exemplo de Benjamin Constant, local desta pesquisa.

Davey, Rossano, e Van Der Sijde (2016 *apud* KANIAK e TEIXEIRA, 2022), por sua vez, destacam que as universidades passam a ocupar um papel central e contribuir no contexto da formação através do empreendedorismo universitário como fonte de novos conhecimentos, tecnologias e oportunidades de interação com o mercado e a comunidade. Por meio do ensino nas universidades é possível preparar os universitários para o mercado de trabalho, principalmente se o universitário tiver vontade em ser um empreendedor, uma vez que a universidade é a base central para que o conhecimento seja adquirido pelo aluno com êxito.

No quadro 13, mostra o resultado da questão que indagou se a Instituição/UFAM já fez ou se mantém contato com o participante da pesquisa para saber sobre sua atuação profissional como empreendedor egresso do curso de Administração. Nesta questão a maioria dos participantes responderam que não, sendo que dois deles afirmaram que queriam que fosse feita pesquisa sobre egressos.

Quadro 13 – Contato da UFAM/INC com o egresso do curso de Administração

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Contato com o egresso sobre sua atuação profissional		Com que objetivo			
	Não	Gostaria de ser contatado		Pesquisa sobre egressos	Convite para eventos institucionais	Convite para relato de experiência como egresso empreendedor
		Sim	Não			
A	X					
B	X	X				
C	X					
D	X		X			
E	X	X		X	X	
F	X	X		X		X
G	X		X			
H	X		X			

Fonte: A autora (dezembro/2022-janeiro/2023).

Observando o quadro 13, vê-se que, pelas respostas, não há um acompanhamento de egressos do curso de Administração do INC, se há os participantes desta pesquisa não foram contatados, o que seria relevante para ter informações sobre os mesmos. Isto porque, de acordo com Lousada e Martins (2005), acompanhar o egresso é uma forma de interligar a universidade e seu entorno. O contato com esses agentes permite analisar e perceber pontos que podem apoiar o desenvolvimento do ensino superior a fim de tornar-se cada vez mais ajustado à sociedade.

Como justificativa de que esse acompanhamento é algo muito relevante para o desenvolvimento da universidade como um todo, este procedimento poderia contribuir para o egresso estar mais apto a atuar no mercado de trabalho e desenvolver suas habilidades e competências adquiridas ao longo de sua vida acadêmica. Isto porque, de acordo com Lima e Andriola (2018), os egressos têm a possibilidade de apresentar avaliações mais consistentes sobre o curso, pois com o tempo podem analisar de forma mais prática a contribuição gerada pelo mesmo, prática que poderia ser adotada não apenas no curso de Administração, mas em todos os cursos do INC.

Nesse sentido consideramos a discussão de Queiroz (2014) ao afirmar que o egresso é de suma importância, por ser considerado um público crítico em relação às instituições de ensino pela qual se dedicaram em sua formação profissional, pois podem apoiar, analisar e criticar a instituição, propiciando assim a capacidade de melhoria das instituições universitárias. Esse autor afirma, ainda, que diante das experiências existentes, o relacionamento com egressos ainda é pouco desenvolvido e como já foi mencionado, no Brasil é muito precário ainda essa relação dos egressos com as instituições de ensino por falta de interesse mesmo das instituições em buscar não perder essa relação com seus egressos e isso seria muito importante tanto para o estudante já formado, quanto para a instituição, afirmação que, de certa forma, coincide com os resultados desta pesquisa.

A partir da experiência como empreendedor/gerador de negócio e egresso do curso de Administração, foi solicitada informar quais possibilidades mais significativas para se empreender no Alto Solimões e especificamente em Benjamin Constant, tendo os participantes considerados como relevantes as áreas/serviços de: artesanato, tecnologia, beleza, vendas, logística e comércio, além de consideram que existem inúmeras possibilidades para investirem não somente em Benjamin Constant, mas em todo o Alto Solimões. No entanto acreditam que os negócios necessitem de pessoas com perfil de dedicação e espírito inovador.

Essas opiniões dos egressos vão de encontro ao posicionamento de Dornelas (2008), para o qual o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para

capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados, onde o mesmo vai buscar o sucesso do seu negócio através do seu empenho, sabendo do risco que pode gerar. Porém o empreendedor toma medidas em direção aos seus objetivos e assume o risco que isso pode gerar, mas busca também maneiras para assim avançar com os negócios, pois os riscos estão diretamente ligados as oportunidades da sua empresa crescer.

Assim, quem assume um risco já tem por ventura uma vantagem competitiva pois ele sabe o que pode ter e mesmo assim busca sempre uma maneira de reduzi-los. E o que se quer de um egresso de Administração, de acordo com MEC, (2021), é que o estudante aprenda de forma autônoma para ser capaz de adquirir novos conhecimentos, desenvolver habilidades e aplicá-las em contextos novos, sem a mediação de professores, tornando-se autônomo no desenvolvimento de novas competências ao longo de sua vida profissional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As informações obtidas com a pesquisa de campo, proporcionaram conhecer os egressos do curso de Administração, bem como o que os influenciou a atuarem como empreendedores no município de Benjamin Constant. Também foi possível conhecer os motivos que os levaram a escolher o negócio no qual empreendem e as estratégias de vendas adotadas pelos participantes da pesquisa, além dos desafios e possibilidades de se empreender no Alto Solimões, resultados que favoreceram o alcance do objetivo geral proposto nesta pesquisa.

Investigar em quais as atividades socioeconômicas os egressos do curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura, empreendem no município de Benjamin Constant, no Alto Solimões-Amazonas, traduz-se no alcance do objetivo geral do trabalho, uma vez que foram identificadas as atividades socioeconômicas de cada participante, sendo atividades de negócios de diferentes segmentos econômicos. Os fatores que os influenciaram a decidirem a atuarem nos ramos citados, de forma geral, foram: independência financeira, realização/projeto pessoal/sonho, realização profissional, falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho local, oportunidade de empreender nesse mercado e uma melhor qualidade de vida.

O objetivo específico que visou contextualizar empreendedorismo universitário, conhecendo sua origem, com foco para as às diretrizes curriculares do curso de Administração e a matriz do curso na UFAM/INC, teve o seu alcance visto que foi possível contextualizar a temática proposta, a partir da literatura pesquisada. Desta forma, foi possível perceber que a figura do egresso empreendedor se faz presente em diversos segmentos econômicos que egressos atuam após sua formação universitária, que no caso desta pesquisa, se traduz na contribuição positiva que foi o curso para a vida profissional dos participantes desta pesquisa.

Quanto ao objetivo de identificar os empreendedores egressos do curso de Administração do INC, que atuam em Benjamin Constant, foi possível localizar quinze egressos. No entanto, somente oito egressos se disponibilizaram a participar e contribuir com esta pesquisa, provavelmente pelo fato de a pesquisa de campo coincidir com o festejos de final de ano, período no qual esses profissionais são bastante demandados pela rotina de seus negócios. Desses egressos, de forma geral, destaca-se que a maioria é mulher, solteira, com idade entre 20 a 30 anos, tem filhos, atuam no negócio entre dois a três anos e já realizaram cursos de qualificação profissional na área de atuação, no entanto, somente dois egressos realizou curso de pós-graduação, como continuidade de sua formação acadêmica.

Quanto ao objetivo de mapear os tipos de negócios desenvolvidos pelos egressos do curso de Administração, descrevendo os tipos de desafios enfrentados por esses empreendedores, este também foi atingido na sua totalidade. Isto porque foi possível saber os segmentos econômicos nos quais atuam, que são diversificados, tais como: maquiagem à estamperia, comércio eletrodomésticos, sorveteria, presentes, distribuidora de bebidas, comércio varejista de vestuário, vestuário e perfumaria. Como parte deste objetivo, foram conhecidos os principais desafios mencionados enfrentados pelos egressos, com destaque para: financeiro, custos de logística, alta concorrência, infraestrutura das ruas/cidade.

No que se refere ao objetivo discutir as possibilidades e os desafios de empreender no Alto Solimões na percepção dos egressos do curso de Administração do INC que têm empreendimentos em Benjamin Constant, estes possibilitaram uma discussão a partir de sua percepção geral, destacando negócios voltados ao artesanato, comércio em geral, no segmento de beleza, no ramo de vendas, na área da tecnologia, a qual possui amplo mercado considerando as limitações ora existentes em todo o Alto Solimões. Dessa forma, os participantes consideram que existem inúmeras possibilidades de se empreender e do negócio dar certo, principalmente quando se tem dedicação e espírito inovador. Esses resultados propiciaram discutir de forma geral, os desafios e as possibilidades de se empreender no Alto Solimões/Benjamin Constant, fato que confirma o alcance do objetivo proposto.

Considerando que os objetivos, no seu conjunto, foram atingidos, ressalta-se que a questão problemas foram respondidas, uma vez que foi possível saber quais as atividades socioeconômicas os egressos do curso de Administração do INC empreendem no município de Benjamin Constant. Destaque para que, os egressos de maneira geral, empreendem pelo desejo de ter o seu próprio negócio, conquistando uma realização profissional e independência financeira sem precisar abrir mão das suas prioridades, é interessante mencionar que para a maioria dos entrevistados o seu negócio não é sua única fonte de renda e sim um complemento de renda, enquanto que para outros, é sua única fonte de renda.

Diante de todo contexto analisado a partir desta pesquisa, para trabalhos futuros, sugerimos que próximas pesquisas, com esta mesma problemática, possam ser realizadas com uma amostra maior de egressos que atuam como empreendedores no município de Benjamin Constant, podendo ser ampliada para outros municípios do Alto Solimões, de forma a tornar os resultados mais consistentes, uma vez que este quantitativo se traduz em uma limitação da pesquisa.

Como contribuição para a Instituição/INC, apresenta-se estes resultados, mesmo que de uma amostra pequena, como uma prévia de percepção de egressos do curso de Administração quanto o não acompanhamento destes no que se refere a informações acerca de sua atuação profissional após a Colação de Grau. Nesse sentido, espera-se que o acompanhamento de egressos se torne uma realidade não somente no curso de Administração, mas no âmbito geral de todos os cursos do Instituto Natureza e Cultura-Universidade Federal do Amazonas.



## REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

ARANTES, E. C.; HALICKI, Z.; STADLER, A.(Org.). **Empreendedorismo e responsabilidade social** (livro eletrônico). 2. ed. Curitiba: InterSaberes, 2014.

ARANTES, S. S.; MONTEIRO, S. B. **Competências definidas nas diretrizes curriculares nacionais do curso de graduação em administração, bacharelado: existem dificuldades de avaliação e certificação na prática do dia a dia em sala de aula?**. Caderno de Administração, v. 10, n. 1, 2016. Disponível em: <https://11nq.com/NzWIm>. Acesso em: 03 dez. 2022.

ARAÚJO, D. C et al. **Atuação Profissional dos Egressos do Curso de Bacharelado em Administração no Campus de Juara-Mt/Brasil**. 2017. Disponível em: [encurtador.com.br/fsY29](http://encurtador.com.br/fsY29). Acesso: 05 dez. 2022.

ARAÚJO, C. A. de A. et al. **Empreendedorismo, prática e ação: percepções empreendedoras dos discentes do Instituto Federal do Maranhão–Timon**, 2022. Disponível em: [encurtador.com.br/ezI35](http://encurtador.com.br/ezI35). Acesso em: 06 dez. 2022.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197, 1998.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Em tese, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005. Disponível em: [encurtador.com.br/dkIKS](http://encurtador.com.br/dkIKS). Acesso em: 03 dez. 2022.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. **Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional**, 2012.

BRASIL MEC. Resolução CNE/CES 4/2005. **Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, bacharelado**. Disponível em: <https://11nq.com/ZhQYY>. Acesso em: 03 dez. 2022.

BRITO, A. M.; PEREIRA, P. S.; LINARD, A. P. **Empreendedorismo. Rede e-Tec Brasil**. Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Ceará, 2013.

CAMPOS, T. M; LIMA, E. O. **Um estudo sobre os fatores que influenciam no desenvolvimento de competências empreendedoras**. Revista Pretexto, 20(1), 38-56. <http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v20i1.3231>, 2019.

COELHO, B. **Revisão bibliográfica: saiba como fazer em seu trabalho acadêmico**. 08 de março de 2021. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/revisao-bibliografica/>. Acesso em: 05 dez. 2022.

CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO AMAZONAS-CRA-AM. **O Administrador**. Disponível em: <https://11nq.com/bkbwv>. Acesso em: 05 dez. 2022.

CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO AMAPÁ-CRA-AM. **Pesquisa Nacional do Sistema CFA/CRAS 2015**. Disponível em: <https://11nq.com/RMnMb>. Acesso em: 05 dez. 2022.

CHAUÍ, M. **A universidade pública sob nova perspectiva**. Revista Brasileira de Educação, n. 24, p. 5-15, 2003. Disponível em: [encurtador.com.br/mrtD8](http://encurtador.com.br/mrtD8). Acesso em: 03 dez. 2022.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. Barueri: Manole 2012.

Cruz, C. H. de B. (2000). **A Universidade, a empresa e a pesquisa que o país precisa**. In Parcerias Estratégicas (Vol. 8, pp. 5–30). Centro de Estudos Estratégicos do Ministério da Ciência e Tecnologia.

CUALHETA, L. P. et al. **Competências empreendedoras: construção de uma escala de avaliação**. Disponível em: Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 9, n. 2, p. 158-180, 2020. Acesso: em: 03 dez, 2022.

CURY, J. M.; VEIGA, H. M. **Competências Empreendedoras nos Contextos de Ensino-Aprendizagem: Revisão Sistemática da Literatura (2009-2020)**. Revista Gestão & Conexões, v. 10, n. 3, p. 57-79, 2021.

DIRETORIA DE ESTATÍSTICAS EDUCACIONAIS (DEED). **Censo da Educação Superior**. INEP. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/censo-da-educacao-superior>, 2017.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

\_\_\_\_\_. **A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

GIACOMIN, C.; SIMON, L. W.; TOSTA, K. C. B. T. **Perfil e perspectivas dos egressos do curso de Administração da UFFS: um estudo realizado no Campus Chapecó/SC**. Disponível em: Revista GUAL, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 183-205, mai./ago. 2019. Acesso em: 03 dez 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

\_\_\_\_\_. 1946. **Como elaborar projetos de pesquisa**/Antônio Carlos Gil. - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

HISRICH, R. D.(2009). **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Brookman.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 27 nov. 2022.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Política institucional de integração e de avaliação do egresso na melhoria da IES**: Sistema Nacional de Avaliação da Ensino superior - Ss. Brasília: Inep, 2015. Disponível em: [encurtador.com.br/aeYF3](http://encurtador.com.br/aeYF3). Acesso em: 02 dez. 2022.

IPIRANGA, A. S. R.; FREITAS, A. A. F.; PAIVA, T. A. **O empreendedorismo acadêmico no contexto da interação universidade–empresa–governo**. Cadernos EBAPE. BR, n. 4, p. 676- 693, 2010.

IIZUKA, E. S; MOARES, G. H. M. de. **Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino**. Administração: ensino e pesquisa, v. 15, n. 3, p. 593-630, 2014.

KANIAK, V. M. M; TEIXEIRA, R. M. **Temas Emergentes em Empreendedorismo Universitário–uma revisão sistemática de literatura**. 2022. Disponível em: [encurtador.com.br/dkvK6](http://encurtador.com.br/dkvK6). Acesso em: 05 dez. 2022.

KRÜGER, C; PINHEIRO, J. P; MINELLO, I. F. **As características comportamentais empreendedoras de David McClelland**. Revista de Ciências Sociais das Caraíbas, 2017.

KRÜGER, C; MINELLO, I. F. (2018). **As características comportamentais empreendedoras dos estudantes de graduação**. Revista Alcance, 25(2), Maio-Agosto, 142-160. [https://www.doi.org/alcance.v25n2\(Mai/Ago\).p142-160](https://www.doi.org/alcance.v25n2(Mai/Ago).p142-160)

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo, SP: Atlas 2003.

LEITE, V. **O que é empreendedorismo? Quais os tipos e quem podem empreender?** Agosto de 2021.

LIMA, L. A; ANDRIOLA, W. B. **Acompanhamento de egressos: subsídios para a avaliação de Instituições de Ensino Superior (IES)**. Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior, Campinas, v. 23, p. 104-125, 2018.

LOUSADA, A. C. Z.; MARTINS, G. A. **Egressos como fonte de informação à gestão dos cursos de Ciências Contábeis**. Revista Contabilidade & Finanças, v. 16, n. 37, p. 73-84, 2005.

MARQUES, T. W. R. **O empreendedorismo universitário pela dinâmica da ação empreendedora no Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco**. 2016. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco.

MARZALL, L. F. et al. **Análise do perfil profissional dos egressos do curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**. Saber Humano, Restinga Sêca-RS, v. 9, n. 15, p. 64-83, jul./dez. 2019.

MELLO, M. F.; NUNES, L. De L. S. **A importância da Educação Empreendedora para a cultura e formação de novos empreendedores**. Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti, v. 8, n. 13, p. 152-173, 2018.

MORAES, J. P. **Inserção profissional e mobilidade social dos egressos dos Cursos de Administração no Brasil**. 2019. Disponível em: [encurtador.com.br/zET16](http://encurtador.com.br/zET16). Acesso em: 03 dez. 2022.

MOTA, S. A. S. (2013). **Diagnóstico da capacidade empreendedora de estudantes universitários e proprietários de micro e pequenas e médias empresas**. FACCAMP. Dissertação de Mestrado. Programa de Mestrado Profissional em Administração. Recuperado em 22 de março de 2021. Disponível em: <https://11nq.com/iSf6E>. Acesso em: 03 dez. 2022.

NEVES, J. L. **Pesquisa qualitativa - Características, usos e possibilidades**. São Paulo: Caderno de pesquisa em administração, vol. 01, n. 03, 2º Sem/1996.

OLIVEIRA, A. G. M. de; MELO, M. C. de O. L.; MUYLDER, C. F de. **Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior**. 76 Revista Administração em Diálogo. 2016.

PEREIRA, R. M et al. **Administração de Produção e Operações: Evolução, Conceito e Interdisciplinaridade com as demais Áreas Funcionais**. Anais do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende, Rio de Janeiro, Brasil. 2015.

PEREIRA, E. C. de S.; GUIMARÃES, J. de C.; SILVA, C. P. de S. **Educação Empreendedora no Ensino Superior: Uma análise sob a perspectiva dos estudantes de Administração**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v.15, n. 4, p. 82-100, 2021. Disponível em: <https://11nq.com/AAk8O>. Acesso em: 03 nov. 2022.

PESSOA, E. **Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças**. 2005. Disponível em: <https://bityli.com/yIzGi>. Acesso em: 04 dez. 2022.

PORTAL BARRANCAS. **Arquivos Notícias. 2021**. Disponível em: <https://portalbarrancas.com>. Acesso em: 17. Nov. 2022.

PORTAL CIDADE-BRASIL. **Município de Benjamin Constant-Cidade Brasil**. Disponível em: <https://11nq.com/oXzka>. Acesso em: 13 nov. 2022.

PORTAL MEC (2021). Diretrizes curriculares dos cursos de graduação. Disponível em: <https://11nq.com/OAWzy>. Acesso em: 22 nov. 2022.

PORTAL PREFEITURA MUNICIPAL DE BENJAMIN CONSTANT. **Histórico-Prefeitura Municipal de Benjamin Constant**. Disponível em: [encurtador.com.br/rvJ01](http://encurtador.com.br/rvJ01). Acesso em: 13 nov. 2022.

PORTAL TERRA EMPRESAS. **Compreenda a diferença entre microempresa, EPP e MEI, e escolha o melhor regime tributário**. Disponível em: [encurtador.com.br/npIMX](http://encurtador.com.br/npIMX). Acesso em: 09 jan. 2023.

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO – **PPC. Instituto de Natureza e Cultura - Universidade Federal do Amazonas**. Amazonas: Benjamin Constant, 2022.

QUEIROZ, T. P. **O bom filho a casa sempre torna: análise do relacionamento entre a Universidade Federal de Minas Gerais e seus egressos por meio da informação**. 2014. Disponível em: [encurtador.com.br/iqHQX](http://encurtador.com.br/iqHQX). Acesso em: 13 nov. 2022.

QUEIROZ, T. P; PAULA, C. P. A. **O relacionamento com egressos como estratégia organizacional para o desenvolvimento das instituições de educação superior**. Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa, v. 6, n. 1, p. 4-18, 2016.

ROSSATO, M. V. et al. **Habilidades Empreendedoras e Competências Gerenciais em Empresas de Prestação de Serviços/ Habilidades Empresariais e Competências de Gestão em Empresas de Serviços**. Revista FSA (Centro Universitário Santo Agostinho), v. 18, n. 6, p. 3-28, 2021.

SADAOIIZUKA, E.; MORAES, G. H. S. M de. **Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino**. Revista Administração: Ensino e Pesquisa - RAEP, Rio de Janeiro, v. 15, n. 3, p.593-630, jul. 2014.

SILVA, E. C. da; MINEIRO, A. A. C; FAVARETTO, F. **Sistemas de acompanhamento de egressos em Instituições de Ensino Superior: uma revisão integrativa, 2022**. Disponível em: [encurtador.com.br/hzPV0](http://encurtador.com.br/hzPV0). Acesso em: 05 dez. 2022.

SILVA, D. F; OLIVEIRA, J. L. **O perfil profissional do egresso do curso de administração da faculdade integrada de Araguatins–TO (FAIARA)**. Revista Cereus, Gurupí, v. 11, n. 2, p. 62-76, 2019.

SIMON, L. W; PACHECO, A. S. V. **Caminhos para a formulação de uma política pública de acompanhamento de egressos do ensino superior**. Regae - Revista de Gestão e Avaliação Educacional, Santa Maria, v. 9, n. 18, p. 1-17, 2020.

SOUSA, S. C. de et al. **Empreendedorismo feminino no Alto Solimões/Amazonas: experiências no ramo de revenda de confecções em tabatinga**. 2022. Disponível em: [encurtador.com.br/fACGS](http://encurtador.com.br/fACGS). Acesso em: 27 out. 2022.

TELLO, H. P. et al. **Um estudo da influência socioeconômica no processo de escolha de curso pelos acadêmicos de administração do Instituto de Natureza e Cultura/Universidade Federal do Amazonas**. 2022. Disponível em: [encurtador.com.br/hvHL4](http://encurtador.com.br/hvHL4). Acesso em: 03 dez. 2022.

UNITECNE. **Teste de perfil empreendedor: competências gerenciais, importância das competências gerenciais e Autoavaliação das Habilidades Empreendedoras**. 2004. Material da Escola de Empreendedores da Unitecne. Recuperado em 20 de março de 2021, de [unitecne@uniube.br](mailto:unitecne@uniube.br)

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 11. ed. Santa Catarina: Atlas, 2009.

VILAS BOAS, E. P. **O comportamento do empreendedor e suas influências no processo de criação e no desempenho da empresa**. Tese de Doutorado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo. doi: 10.11606/T.12.2015.tde-23062015-081259, 2015.

## APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

O Senhor(a) está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa intitulada *Egresso do Curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura, no Alto Solimões: Desafios e possibilidades para empreender em Benjamin Constant-Amazonas*, tendo como pesquisadora responsável Natalia Barbosa Marinho, matrícula 21754859. O objetivo da pesquisa é investigar quais as atividades socioeconômicas os egressos do curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura, empreendem no município de Benjamin Constant, no Alto Solimões-Amazonas. O estudo consiste no levantamento de dados para o desenvolvimento de um Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) de Administração-UFAM/INC. O senhor(a) está sendo convidado(a) por que detém conhecimento sobre a temática. Caso aceite participar, sua participação consiste em fornecer informações sobre sua experiência como egresso empreendedor, contribuindo para o levantamento consistente dos dados.

Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos:

1. O voluntário irá receber o roteiro de entrevista disponibilizado por meio físico, obedecendo-se às orientações institucionais, bem como as diretrizes sanitárias vigentes no município.
2. Os dados referentes às questões sobre egressos empreendedores, serão coletados por meio da entrevista concedida pelos voluntários. O irá ler as questões e atribuir as respostas consideradas consistentes no contexto do seu negócio. A realização da entrevista demandará aproximadamente 45 minutos, podendo ser replicada se houver necessidade de confirmação de algum dado.

Os riscos envolvidos na pesquisa são mínimos considerando tratar-se de informações voluntárias e experiências profissionais. No entanto, o entrevistado poderá sentir-se constrangido em responder as questões de cunho pessoal, quando se aplicar.

Para minimizar os riscos, serão tomados os devidos cuidados, tais como:

- A pesquisadora, em acordo com sua orientadora, irá tomar as medidas de precaução, além de assegurar ao entrevistado, a preservação de seu nome e do empreendimento, se assim o desejar, e prestar informações relacionadas à entrevista, sempre que necessário.
- O risco de constrangimento pode ser minimizado pela garantia de liberdade para abandonar a entrevista a qualquer momento, caso esta esteja lhe causando qualquer tipo de desconforto.

Como benefícios, espera-se que os resultados da pesquisa possam contribuir com possíveis ações a serem pensadas no contexto do curso envolvidos na pesquisa, que de alguma forma, poderá contribuir com estratégias no processo de formação dos acadêmicos, quando analisadas questões relacionadas a questões do empreendedorismo no curso de Administração do INC. Além disso, os voluntários terão a oportunidade de avaliar e adquirir conhecimento sobre a temática específica sobre de suas experiências de egressos e ao mesmo tempo empreendedores.

O participante poderá ter acesso, a qualquer tempo, às informações sobre procedimentos relacionados à pesquisa, inclusive para tirar eventuais dúvidas. O voluntário terá a garantia de confidencialidade, sigilo e privacidade sobre sua identidade, se assim o desejar. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão. Por fim, caso haja danos decorrentes dos riscos previstos, o pesquisador assumirá a responsabilidade pelos mesmos.

Para participar deste estudo o sr. não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. O sr. tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido pela pesquisadora.

Este termo de consentimento encontra-se impresso, em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pela pesquisadora responsável, na Coordenação do Curso de Administração-INC junto ao TCC na forma de arquivo vigente e outra será fornecida ao sr. A pesquisadora tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, além de utilizar as informações somente para fins acadêmicos e científicos, exclusivamente de que trata o TCC.

#### CONSENTIMENTO PÓS-INFORMAÇÃO

Eu \_\_\_\_\_ declaro, que fui informado dos objetivos da pesquisa de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas, sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi, no ato da entrevista, uma via deste termo de consentimento.

Nome da Pesquisadora Responsável: Natalia Barbosa Marinho, aluna do Curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura - INC/Universidade Federal do Amazonas-UFAM, Rua 13 de Maio, S/N – Bairro: Coimbra – CEP: 69630-000, município Benjamin Constant-AM. Telefone/Celular: (97) 984141205, E-mail: marinhonatalia131@gmail.com. O TCC é orientado pela Profa. Dra. Leonor Farias Abreu, docente da Ufam/INC. Telefone/Celular: (97) 984123305 E-mail: leonorfarias@ufam.edu.br.

Assinaturas \_\_\_\_\_ (Participante)

\_\_\_\_\_ (Pesquisadora)

Benjamin Constant, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

## APÊNDICE B - ROTEIRO/ENTREVISTA

Esta Entrevista é parte integrante do trabalho de Conclusão do Curso de Administração da UFAM/INC-Benjamin Constant/2022-1, intitulado *Egresso do Curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura, no Alto Solimões: Desafios e possibilidades para empreender em Benjamin Constant- Amazonas.*

1. Egresso-Empreendedor(a): \_\_\_\_\_ Sócio: ( ) Não ( ) Sim.
2. Tipo de negócio: \_\_\_\_\_
3. Como se identifica: ( ) Homem ( ) Mulher ( ) Outros ( ) Prefiro não opinar.
4. Faixa etária: ( ) 20 a 30 anos. ( ) 31 a 40 anos. ( ) 41 a 50 anos. ( ) Acima de 50 anos.
5. Estado Civil: ( ) Solteiro. ( ) Casado. ( ) Divorciado. ( ) Viúvo. ( ) Prefiro não opinar.
6. Tem filhos? ( ) Não ( ) Sim. Quantos? \_\_\_\_\_
7. Deu continuidade na formação acadêmica: ( ) Não ( ) Outra Graduação ( ) Pós-graduação: Especificar: ( ) Mestrado ( ) Doutorado ( ) Outro: \_\_\_\_\_
8. Tempo médio de existência do negócio: ( ) Até 1 ano. ( ) 2 a 3 anos. ( ) 3 a 5 anos. ( ) Acima 5 anos.
9. O principal motivo que levou o Sr(a). a empreender:
  - ( ) Seguir a tradição familiar, pois seus pais ou parentes são empreendedores
  - ( ) Influência de amigos ( ) Realização/projeto pessoal/sonho
  - ( ) Falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho local
  - ( ) Demissão do emprego ( ) Realização profissional
  - ( ) Necessidade, por ser responsável pelo sustento da família.
  - ( ) Oportunidade de empreender nesse mercado. ( ) Independência financeira.
  - ( ) Melhor qualidade de vida. ( ) Outros \_\_\_\_\_
10. Qual (is) fator (es) levou a escolher este tipo de negócio para empreender?
  - ( ) Facilidade na compra de mercadorias. ( ) Boa lucratividade na revenda
  - ( ) Alta demanda nesse segmento ( ) Pouco concorrentes
  - ( ) Outro. Especificar: \_\_\_\_\_
11. Seu negócio é sua única fonte de renda?
  - ( ) Sim. ( ) Não: Especificar um % aproximado: \_\_\_\_\_
12. Quais tipos de desafios enfrenta para manter o negócio: ( ) Financeiro. ( ) Concorrência Alta.
  - ( ) Poucas opções de fornecedores. ( ) Falta de mão de obra qualificada. ( ) Custos de logística.
  - ( ) Tarifas públicas. Falta de segurança. ( ) Sazonalidade dos produtos.
  - ( ) Infraestrutura das ruas/cidade. ( ) Despesa de aluguel. ( ) Falta de apoio da família.
  - Outros: \_\_\_\_\_
13. Quais dos itens abaixo considera estratégico para as vendas no seu empreendimento?
  - ( ) Bom preço ( ) Bom Atendimento ( ) Variedade de marcas ( ) Parcelamento para pagamento
  - ( ) Variedade de produtos ( ) Variedade de Serviços ( ) Qualidade de produtos/serviços
  - ( ) Ambiente confortável e seguro. ( ) Outros \_\_\_\_\_



**14.** Seu empreendimento é formalizado?

( ) Não. ( ) Sim. Qual tipo: ( ) MEI ( ) Outro: \_\_\_\_\_ ( ) Prefiro não opinar.

**15.** Local do seu negócio: ( ) Espaço próprio separado da residência. ( ) Espaço na própria residência

( ) Espaço alugado. ( ) Loja Virtual. ( ) Outro: \_\_\_\_\_

**16.** Como faz para se manter conectado(a) com o seu público e identificar suas necessidades?

**17.** ( ) Mensagens WhatsApp ( ) Mensagem por e-mail ( ) Facebook ( ) Instagram

( ) Outro: \_\_\_\_\_

**18.** Dentro das opções abaixo, quais considera importantes e utiliza como estratégia de fidelização para com os seus clientes? ( ) Oferece descontos. ( ) Realiza promoções.

( ) Realiza sorteios de brindes ( ) Utiliza cupons especiais ( ) Outros: \_\_\_\_\_

**19.** Já realizou algum curso de qualificação profissional na área do negócio que atua: ( ) Não

( ) Sim. Especificar: \_\_\_\_\_

**19.** Você considera que o Curso de Administração contribuiu para a sua decisão de empreendedor em Benjamin Constant? ( ) Não. ( ) Sim.

**20.** Quais aspectos da formação em Administração, considera positivos para a sua consolidação como empreendedor em Benjamin Constant? \_\_\_\_\_

**21.** A Instituição/Ufam já fez ou mantém contato com você para saber sobre sua atuação profissional como empreendedor, egresso do curso?

21.1 ( ) Não. Nesse caso, gostaria de ser contatado? ( ) Não. ( ) Sim.

21.2 ( ) Sim. Com que objetivo: ( ) Pesquisa sobre egressos. ( ) Convite para eventos institucionais.

( ) Convite para relato de experiência como egresso empreendedor. ( ) Outros motivos.

**22.** A partir de sua experiência como empreendedor e egresso do curso de Administração, que possibilidades mais significativas considera que existam para se empreender no Alto Solimões e especificamente em Benjamin Constant?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**23.** Você pode comentar sobre qualquer assunto pertinente à pesquisa que não tenha sido contemplado nas questões anteriores. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Muito obrigada por sua atenção pela disponibilidade em contribuir com nossa pesquisa.

Benjamin Constant, Amazonas, dezembro/2022.