



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL – UFFS**  
**CAMPUS CHAPECÓ**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ANDREI MOREIRA NEVES**

**EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS DO  
ESTADO DE SANTA CATARINA**

**Chapecó/SC**

**2017**

Andrei Moreira Neves

**EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS DO  
ESTADO DE SANTA CATARINA**

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do grau de Bacharel em  
Administração da Universidade Federal da  
Fronteira Sul.

Orientador: Dr. Humberto Tonani Tosta

Chapecó/SC

2017

**PROGRAD/DBIB - Divisão de Bibliotecas**

Neves, Andrei Moreira

Empreendedorismo universitário nas Universidades  
Federais do Estado de Santa Catarina/ Andrei Moreira  
Neves. -- 2017.

84 f.

Orientador: Humberto Tonani Tosta.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de  
Administração , Chapecó, SC, 2017.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo  
Universitário. 3. Educação empreendedora. 4. Ensino de  
empreendedorismo. 5. Santa Catarina. I. Tosta, Humberto  
Tonani, orient. II. Universidade Federal da Fronteira  
Sul. III. Título.

ANDREI MOREIRA NEVES

**EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO NAS UNIVERSIDADES  
FEDERAIS DO ESTADO DE SANTA CATARINA**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul.

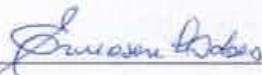
Orientador: Professor Dr. Humberto Tonani Tosta

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em 06/12/2017.

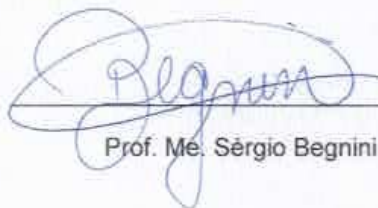
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta



Prof. Me. Emerson Moisés Labes



Prof. Me. Sérgio Begnini

## **AGRADECIMENTOS**

Chegar até aqui não foi nada fácil e devo isso a cada um e cada uma que fez parte da minha história. Acredito verdadeiramente no amor e no seu poder de transformar. Vocês fazem com que eu agradeça a Deus pela oportunidade da vida e por me guiar por caminhos que foram de encontro com o de vocês.

Agradeço a minha família pela sua dedicação para comigo, pelos incentivos e pela força que me foi dada em toda essa trajetória, não há palavras que expressem o carinho e o amor que tenho por vocês! Aos meus pais Patricia e Ailton, meus irmãos Andriel, Adrian e Andreza, minha sobrinha Sophia, minha avó Cirlei, meus tios Angelina e Gilmar, as primas Rafaela e Franciele, meu avô Anadil e Ivone, avó Neuli e João Francisco (em memória), tio Diego, tia Daiane e Cleusa, primos Adriano e Anderson e afilhado Douglas. Devo citar cada um de vocês, pois foram vocês que atribuíram significado a essa palavra Família, amo e carrego vocês em meu coração.

Aos mestres da UFFS sou grato pelos ensinamentos, não apenas os em sala de aula, mas também fora dela. Vocês nos inspiram e me inspiraram, eu sou completamente grato por ter tido pessoas extremamente profissionais e competentes na minha graduação. Quero de coração aberto agradecer o Professor Humberto que me orientou e acompanhou durante esse processo, mas principalmente pela admiração que tenho por ti e pela grande inspiração que és para mim, um homem que tem coragem, fibra e um coração gigante, saiba que me espelho em ti pelo grande profissional, pelo pai, esposo e ser humano que você é.

Aos meus amigos que estão sempre juntos comigo, me apoiando e me fazendo sorrir. Vocês sabem o quanto amo vocês e o quanto sou grato por lhes ter, seja longe ou perto, nossos corações estão sempre juntos. Cabe citar os que me suportam na vida e me tornaram uma pessoa melhor durante a minha caminhada: Jéssica, Jardel, Roni, Jackson, Luana, Cassiano, Daiane, e Camila. As amigas Isabela e Pricila de forma especial por me incentivarem e me levantarem em diversos momentos, admiro vocês demais. Aos demais amigos e colegas, a minha gratidão por poder compartilhar com vocês momentos tão preciosos.

Ao meu namorado Ruan, por me acompanhar durante todo esse processo e aturar as minhas tristezas, desânimos e grosserias. Você me fez seguir em frente e

nunca desistir, me apoia em tudo e faz com que meu amor cresça cada vez mais por você. Aprendo diariamente contigo e sou eternamente grato por poder fazer parte da tua história. Te amo!

Dedico esse trabalho às pessoas que fazem a diferença para o bem, seja qual for o espaço em que estiverem. O mundo muda porque alguns têm coragem e ousadia para agir. Obrigado Sem Fronteiras Consultoria Júnior, INNE - Incubadora de Negócios e FEJESC por me acolherem e me mostrarem que existem outros caminhos para aprender cada vez mais.

Obrigado aos participantes da pesquisa que dedicaram seu tempo para que esse trabalho se tornasse real e a todos que de alguma forma me ajudaram nesse processo.

Gratidão!

## RESUMO

O empreendedorismo tomou uma posição importante no decorrer dos últimos anos no Brasil. Hoje é debatido nas universidades e em diversos espaços da sociedade. O empreendedorismo é trabalhado em universidades de outros países há muitos anos, sendo empregado em seu formato de ensino, contemplando uma formação mais dinâmica e emancipadora, diante de uma realidade cada vez mais desafiadora. Com isso esse estudo teve como objetivo analisar as iniciativas empreendedoras dos universitários nas Universidades Federais do Estado de Santa Catarina, conforme os critérios estabelecidos. Para quê o objetivo fosse alcançado, foi realizado um mapeamento das iniciativas empreendedoras, identificando as motivações, dificuldades e as principais contribuições promovidas por essas iniciativas. O estudo é de natureza qualitativa, classificada quanto aos fins como descritiva e quanto aos meios como bibliográfica e pesquisa de campo. A coleta de dados foi realizada através de entrevista semiestruturada realizada de forma virtual ou presencial, através de uma amostra por conveniência. Os resultados identificados ao final da pesquisa demonstram que as iniciativas contribuem para a formação dos profissionais nas mais diversas áreas, contribuindo diretamente para uma sociedade mais fortalecida. Através da análise dos dados, é possível verificar que os estudantes encontram barreiras no decorrer de sua trajetória empreendedora na universidade, mas que mesmo assim fomentam o empreendedorismo e as adversidades os fortalecem de forma singular, desenvolvendo uma capacidade particular de resiliência para manter suas ideias em desenvolvimento e foco.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo universitário, educação empreendedora, ensino de empreendedorismo, Santa Catarina.

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship has taken an important position in recent years in Brazil. Today it is debated in universities and in various spaces of society. Entrepreneurship has been working in universities of other countries for many years, being employed in its teaching format, contemplating a more dynamic and emancipatory formation, faced with an increasingly challenging reality. This study aimed to analyze the entrepreneurship initiatives of university students in the Federal Universities of the State of Santa Catarina, according to established criteria. In order to achieve this objective, a mapping of entrepreneurial initiatives was carried out, identifying the motivations, difficulties and the main contributions promoted by these initiatives. The study is qualitative in nature, classified for purposes as descriptive and as much as means as bibliographical and field research. The data collection was performed through a semistructured interview carried out in a virtual or face-to-face manner, through a sample for convenience. The results identified at the end of the research demonstrate that the initiatives contribute to the training of professionals in the most diverse areas, contributing directly to a stronger society. By analyzing the data, it is possible to verify that students encounter barriers during their entrepreneurial career at university, but nevertheless foster entrepreneurship and adversity strengthen them in a singular way, developing a particular capacity of resilience to keep their ideas in development and focus.

**Keywords:** entrepreneurship, university entrepreneurship, entrepreneurship education, entrepreneurship education, Santa Catarina.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo tríplice hélice .....	27
Figura 2 - Ecossistema empreendedor .....	28
Figura 3- Recursos necessários para inovação segundo especialistas .....	29
Figura 4 - Características e elementos envolvidos na educação empreendedora ....	30
Figura 5 - Principais métodos e práticas de ensino para a educação empreendedora .....	38
Figura 6 - Resumo procedimentos metodológicos .....	42
Figura 7 - Unidades de análise e sujeitos de pesquisa .....	47

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Dificuldades presentes nas iniciativas .....	65
--	----

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Revisão sistemática da literatura realizada no portal SPELL .....	19
Quadro 2 - Fases do processo empreendedor .....	37
Quadro 3 - Iniciativas mapeadas .....	52
Quadro 4- Perfil dos respondentes .....	53
Quadro 5 - Fatores motivadores das iniciativas .....	58
Quadro 6 - Categorização das iniciativas .....	58

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 OBJETIVOS .....	14
1.1.1 Objetivo Geral .....	14
1.1.2 Objetivos específicos .....	14
1.1.3 Justificativa .....	15
1.1.4 Estrutura do trabalho .....	16
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	18
2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA .....	18
2.2 EMPREENDEDORISMO .....	20
2.2.1 Análise histórica do empreendedorismo .....	20
2.2.2 O empreendedor .....	23
2.2.3 Educação empreendedora e ecossistema empreendedor .....	25
2.2.4 Ensino de empreendedorismo no Brasil .....	31
2.2.5 Empreendedorismo universitário .....	33
<b>3 METODOLOGIA DE PESQUISA</b> .....	40
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA .....	40
3.2 UNIDADES DA ANÁLISE E SUJEITOS DA PESQUISA .....	43
3.2.1 Universidade Federal da Fronteira Sul .....	43
3.2.2 Universidade Federal de Santa Catarina .....	45
3.2.3 Sujeitos da pesquisa .....	46
3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS .....	47
3.4 ANÁLISE DOS DADOS .....	49
3.5 LIMITAÇÕES DO ESTUDO .....	51

<b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	52
4.1 PERFIL DAS INICIATIVAS EMPREENDEDORAS.....	52
4.2 RESPONDENTES DA PESQUISA.....	53
4.3 MOTIVAÇÕES PARA A CRIAÇÃO DAS INICIATIVAS.....	54
4.4 DIFICULDADES ENFRENTADAS NAS INICIATIVAS .....	59
4.5 CONTRIBUIÇÕES DAS INICIATIVAS E A UNIVERSIDADE NO FOMENTO AO ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR.....	65
4.6 ENCONTRO DA LITERATURA COM A PESQUISA.....	70
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	74
REFERÊNCIAS.....	77
APÊNDICE A – TÓPICO GUIA .....	82
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO .....	84

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo surge como um catalisador de mudanças e nos últimos tempos vem recebendo grande atenção. Ele é um modelo tão antigo quanto as trocas comerciais que ocorriam entre os indivíduos na sociedade, porém o conceito não fora discutido e somente a partir da evolução dos mercados econômicos é que os cientistas se interessaram pelo fenômeno (VERGA; SILVA, 2014 apud LANDSTRÖN; HARIRCHI; ASTRÖN, 2012).

Esse fenômeno envolve reconhecer a oportunidade para criar algo inovador (BARON; SHANE, 2007). Dornelas (2001) aborda que os empreendedores são pessoas incomuns e que querem deixar um legado. O papel assumido por tais agentes é o de transformação, em que a mudança ocorre através de ideias inovadoras e oportunidades inexploradas. Ele ainda reforça que o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos, em que o conjunto leva a transformação das ideias em oportunidades.

A educação para o empreendedorismo surgiu nos Estados Unidos com o desenvolvimento de práticas que visavam oportunizar os alunos a terem uma experiência real durante a graduação (LOPES et al., 2017). Os termos empreendedorismo, empreendedor e educação empreendedora foram incorporados ao vocabulário cotidiano. Esse fenômeno social rompe com os paradigmas e ao se propor uma educação voltada para o empreendedorismo, se visa desenvolver competências importantes nos jovens, para que possam preparar-se para o futuro (LOPES et al., 2017).

Alguns especialistas afirmam que o empreendedorismo deveria ser uma disciplina transversal, presente em diversos cursos de graduação. Assim os professores assumem um papel de facilitadores do processo de aprendizagem, orientando e incentivando os alunos (LOPES et al., 2017).

É visualizado na literatura as contribuições de uma aproximação da universidade com o mercado. Lopes et al. (2017) afirma que é de suma importância aproximar os estudantes dos negócios e da comunidade local, propiciando o desenvolvimento de competências empreendedoras e o engajamento mais ativo deles. O Brasil ainda possui limitações no ensino dessa disciplina, mas vem demonstrando avanços importantes no campo da educação empreendedora. Pode-

se citar recentemente a criação da lei das empresas juniores aprovada em abril de 2016 (MARQUES et al., 2016). Os estudantes desempenham um papel essencial e podem ser identificados como intraempreendedores nas universidades.

O intraempreendedor é aquele indivíduo que funda ou participa de um projeto dentro de uma organização (LOPES, 2017). Nesse contexto identifica-se o empreendedorismo em diferentes espaços e o presente estudo visa investigar as ações lideradas por estudantes universitários dentro das Universidades Federais do estado de Santa Catarina, mapeando as ações realizadas por tais e suas contribuições além das fronteiras da universidade.

Estudos do GUESS Brasil de 2013-2014 destacam que 57,9% dos estudantes universitários não tiveram nenhuma disciplina de empreendedorismo. Lopes et al. (2017) aponta que a educação para o empreendedorismo tem avançado no Brasil e o desenvolvimento de competências para que os jovens estejam preparados para as mais diversas opções de carreira é extremamente importante. Além disso, é necessário preparar os jovens para a vida, afirma a autora.

Assim, pergunta-se: **quais iniciativas empreendedoras são desenvolvidas nas Universidades Federais do Estado de Santa Catarina pelos estudantes?**

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo Geral

Analisar as iniciativas empreendedoras dos universitários nas Universidades Federais do Estado de Santa Catarina.

### 1.1.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos são:

- a) Mapear as iniciativas empreendedoras dos universitários nas Universidades Federais do Estado de Santa Catarina;
- b) Verificar as motivações para a criação das iniciativas;
- c) Identificar as dificuldades enfrentadas pelos estudantes em suas iniciativas;

- d) Apontar as principais contribuições promovidas pelas iniciativas empreendedoras.

### **1.1.3 Justificativa**

Para Lakatos e Marconi (2010) a justificativa deve focar em alguns aspectos que fornecem a importância do estudo na esfera em que se insere. No que tange a relevância do estudo para a ciência e também para a academia pode-se destacar os pilares em que as universidades são baseadas. Conforme o decreto 2.207/97 em seu art. 5º, a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, sendo que as iniciativas empreendedoras promovidas pelos estudantes na graduação, durante o ensino superior possuem potencial que envolve tais pilares, promovendo a sinergia entre o relacionamento teórico e prático.

As iniciativas empreendedoras dos estudantes dentro das universidades constituem-se de um fenômeno plural, visto que poderão estar presentes nos mais diversos cursos e os atores podem dispor de diferentes perfis. O que é tentador nessa temática diz respeito à integração de informações dentro da academia, através de uma análise do sistema como um todo, em que o ambiente, as experiências e as relações professor-aluno poderão estar diretamente associadas às iniciativas dos estudantes.

A educação possui um papel singular para o fomento de uma cultura voltada ao empreendedorismo. Destaca-se nesse estudo um empreendedorismo direcionado às necessidades dos estudantes, quanto à contribuição para a sua formação profissional e de ser humano, através de uma visão de construção social, na qual atribui-se significado a partir das práticas sociais (UFRGS, 2017).

O homem, diferente dos demais animais, produz em conjunto um ambiente humano, englobando as suas formações, transformações socioculturais e psicológicas (BERGER; LUCKMANN, 1985). Nesse sentido, observa-se que existe uma relação íntima entre as iniciativas empreendedoras com a formação de ser e as transformações sociais, que ao serem investigadas possibilitam um amadurecimento intelectual.



Dentro do contexto da universidade, há diversos atores. Dentre eles, identifica-se os estudantes, os quais são o foco do presente estudo. Mas, indaga-se: Até que ponto sugere-se a autonomia desses indivíduos na universidade? Qual a contribuição real que os estudantes podem fornecer para os seus próprios colegas? Essa investigação poderá desmistificar tais perguntas, fornecendo *insights* importantes para a construção de uma universidade mais emancipadora, plural e empreendedora, que preza não apenas pelo conteúdo programático, mas sim na transformação constante da realidade, em que Paulo Freire nos lembra: “é substituir a prática domesticadora da educação pela sua prática libertadora” (LOPES 2017, p. 224 apud FREIRE, 2003).

Os dados relativos a essa investigação podem ser analisados a fim de se incentivar uma cultura empreendedora dentro das universidades em prol de maior envolvimento da comunidade acadêmica, aproximando discentes e docentes para além da sala de aula. Ao abordar esse tema, se identifica a contribuição das iniciativas na formação profissional do graduando e no desenvolvimento do potencial da academia.

#### **1.1.4 Estrutura do trabalho**

Este trabalho inicia com a introdução, em que se apresentam as premissas inerentes ao estudo, uma contextualização do tema e posteriormente a exposição dos objetivos destacando o objetivo geral e os objetivos específicos. Logo em seguida são apresentadas a justificativa e a estrutura do trabalho.

O segundo capítulo apresenta o referencial teórico, abordando a revisão sistemática da literatura e o empreendedorismo. Neste tópico se resgata a visão histórica do empreendedorismo e do empreendedor; a educação empreendedora e o ecossistema empreendedor; o ensino de empreendedorismo no Brasil; e por fim, o empreendedorismo universitário.

O terceiro capítulo aborda a metodologia de pesquisa, situando sobre a classificação, as unidades da análise e os sujeitos da pesquisa. Posteriormente destaca-se a técnica de coleta de dados e o método de análise dos dados, bem como as limitações identificadas no estudo.

Encontra-se no quarto capítulo a análise e discussão dos resultados, contemplando os seguintes tópicos: o perfil das iniciativas empreendedoras; os respondentes da pesquisa; as motivações para a criação das iniciativas; as dificuldades enfrentadas pelas iniciativas; as contribuições das iniciativas; a universidade no fomento ao ecossistema empreendedor; encerrando através de um encontro entre literatura e pesquisa.

No quinto capítulo são abordadas as considerações finais destacando o cumprimento dos objetivos propostos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo apresentam-se os conceitos expostos nas literaturas consultadas, trazendo uma visão do que é empreendedorismo e empreendedor, com o propósito de promover uma discussão acerca dos termos. Adentra-se também nos conhecimentos explicitados nas literaturas sobre educação empreendedora e o empreendedorismo universitário. Em um primeiro momento, se faz a revisão sistemática da literatura que segue abaixo.

### 2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

A revisão sistemática da literatura é a construção de um arcabouço teórico para que se possa proceder de uma extensa e detalhada investigação acerca das ideias norteadoras do tema investigado (APPOLINÁRIO, 2012). Nesse momento se faz um levantamento bibliográfico aprofundado nos periódicos.

Jackson et al. (2004 apud TOSTA, 2012) aborda que a revisão sistemática da literatura é realizada através de sete etapas, sendo elas: a formulação da pergunta, localização e seleção dos estudos, avaliação crítica dos estudos, a coleta de dados, análise e apresentação dos dados, interpretação dos dados e, por fim, o aprimoramento e atualização da revisão. Rauen (2015 apud MOTTA-ROTH; HENDGES, 2010) destaca que a revisão da literatura tem a função de reconhecer a criação intelectual de outros atores e dar crédito a ela, tratando-se de uma questão de ética acadêmica, uma vez que os resultados de hoje são derivados dos esforços das gerações anteriores.

A base de dados selecionada para a revisão sistemática deste estudo foi a Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL), que consiste em uma ferramenta virtual que agrega a produção científica disponibilizada eletronicamente pelos periódicos associados, reunindo artigos científicos, resenhas, editoriais, notas bibliográficas, casos de ensino, debates entre outros documentos, todos disponíveis livremente para consulta e download (SPELL, 2017).

A consulta foi realizada nos dias 07 e 08 de setembro de 2017 e foram indexadas as palavras-chave: empreendedorismo, cultura empreendedora, empreendedorismo universitário, empreendedores, universidade empreendedora,

ensino de empreendedorismo e educação empreendedora. A partir da busca na base de dados no site SPELL incluiu-se a pesquisa avançada com os seguintes critérios: artigos, idioma português e publicados a partir de 2012. Foram listados os artigos que haviam sinergia com as palavras-chave incluídas e, dentro dos critérios estabelecidos, houve a leitura dinâmica do título e, caso houvesse ligação com o tema de pesquisa, lia-se o resumo para averiguar a ligação com o tema investigado.

No Quadro 1 apresenta-se um resumo da revisão sistemática realizada.

Quadro 1 - Revisão sistemática da literatura realizada no portal SPELL

Total de periódicos encontrados	224
Periódicos com título relacionado	19
Periódicos com resumo relacionado	12
Periódicos relacionados diretamente com o tema investigado	09
Periódicos selecionados	03

Fonte: O autor, 2017.

Após realizar a revisão sistemática, foram selecionados três periódicos para integrarem a composição teórica do presente estudo. Evidencia-se que embora o estudo acerca do empreendedorismo possua grande extensão, ao se analisar a ação direta dos estudantes envolvidos em iniciativas empreendedoras, existem poucas investigações.

O primeiro periódico selecionado é de autoria de Júlio Fernando da Silva e Roberto PatrusMundim Pena com o título “O ‘Bê-Á-Bá’ do Ensino em Empreendedorismo: Uma Revisão da Literatura sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora”, publicado no ano de 2017. O artigo buscou analisar os principais métodos e práticas de ensino adequados a educação empreendedora e os conceitos e características a partir da revisão de literatura. Esse estudo revelou importância de métodos ativos para a formação em empreendedorismo e destacou também que o uso de métodos passivos de aprendizagem se torna importante, em que um complementa o outro.

O segundo periódico selecionado é de autoria de Ricardo Schaefer e Italo Fernando Minello intitulado “Educação Empreendedora: Premissas, Objetivos e Metodologias”, publicado no ano de 2016. O estudo abordou a importância da educação empreendedora, confrontando e analisando as premissas, os objetivos e as metodologias para uma educação empreendedora relacionando a educação tradicional e os novos modelos pedagógicos, destacando o papel do docente e as práticas didático-pedagógicas desenvolvidas na aprendizagem empreendedora.

O terceiro periódico possui os autores Almiralva Ferraz Gomes, Juvêncio Braga de Lima e Mônica Carvalho Alves Cappelle, com o título “Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas”, publicado no ano de 2013. Este artigo identifica a caracterização da ação empreendedora em diferentes abordagens teóricas presentes na literatura e evidencia a proposta de desviar o foco do sujeito para ação empreendedora.

## 2.2 EMPREENDEDORISMO

Nos últimos anos o empreendedorismo recebeu uma grande atenção devido à nova forma de compor um negócio e a sua presença cotidiana na vida das pessoas. O empreendedorismo é o processo de criar algo novo, assumindo os riscos e as recompensas (HISRICH, 2009). Hisrich (2009) aborda que o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor surge paralelamente. Para uma compreensão mais profunda é importante realizar uma análise histórica acerca da teoria do empreendedorismo.

### 2.2.1 Resgate histórico do empreendedorismo

A palavra *entrepreneur* é francesa e foi empregada no século XVII, relacionada ao indivíduo que assumia riscos em novos empreendimentos. Na abordagem de Hisrich (2009) a palavra significa “aquele que está entre” ou “intermediário”, visão esta que corrobora com Degen (2009).

A primeira definição de empreendedor é a do “intermediário” em que tanto Hisrich (2009) e Degen (2009) citam Marco Polo, um dos primeiros europeus a

percorrer “o caminho da seda” no século XIII. Ele que assinava um contrato com uma pessoa de recursos para vender as suas mercadorias, deste modo recebendo parte dos lucros. O empreendedor assumiu papel ativo, bem como os riscos, enquanto o capitalista corria risco passivamente (HIRSCH, 2009). Nessa época o empreendedor era o indivíduo que possuía visão do negócio e concretizava a sua ideia (DEGEN, 2009).

Durante a idade média o termo foi usado para identificar participantes de grandes projetos de produção, utilizando recursos fornecidos normalmente pelo país, mas não assumiram riscos (HIRSCH, 2009). O termo empreendedor era utilizado para definir aquele que gerenciava os projetos (DORNELAS, 2005).

No século XVII surgiram os primeiros indícios da relação entre assumir riscos e empreendedorismo (DORNELAS, 2005). O empreendedor nesse período era a pessoa que firmava um acordo contratual com o governo para atuar com produtos ou serviços, a exemplo, John Law que recebeu permissão para estabelecer um banco real, mas ao tentar elevar o valor das ações chegou a ruína (HIRSCH, 2009). Richard Cantillon, escritor e economista desenvolveu uma das primeiras teorias do empreendedor (HIRSCH, 2009) e é considerado um dos criadores do termo empreendedorismo (DORNELAS, 2009). Ele viu o empreendedor como alguém que corria riscos (HIRSCH, 2009).

Os empreendedores foram diferenciados dos capitalistas no século XVIII devido ao início da industrialização (DORNELAS, 2009). Como exemplo se tem Thomas Edison que desenvolvia experimentos no campo da eletricidade e da química, que só foi possível através do levantamento de fontes particulares para financiamento (HIRSCH, 2009). O empreendedor [Edison] utilizava recursos de investidores de risco [pessoa com capital], esse último indivíduo recebendo uma alta taxa de retorno sobre o seus investimentos.

Ao findar do século XIX e início do século XX os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores e eram analisados apenas através do ponto de vista econômico (DORNELAS, 2009). O empreendedor opera uma empresa para o lucro pessoal (HIRSCH, 2009), contribuindo com a sua própria iniciativa e o gerente ou administrador controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista (DORNELAS, 2009). No século XX

surge o conceito de inovação que é observado no decorrer da história e embora com avanços tecnológicos a capacidade de inovar está presente em todas as civilizações (HIRISCH, 2009).

O empreendedorismo existe a muito tempo, mas nos últimos tempos passou a ser incorporado no vocábulo cotidiano das pessoas, sendo visado nos mais diversos meios de comunicação (LOPES et al., 2017). Autores como Dornelas (2008), afirmam que estamos vivendo a era do empreendedorismo.

Donato (2014) sintetizou ideias principais sobre o empreendedorismo, caracterizado pelas abordagens de grandes pensadores dessa ciência. São destacadas então cinco grandes ideias:

1. Assumir riscos;
2. Alocar recursos;
3. Inovar;
4. Criar empresa;
5. Descobrir, avaliar e explorar oportunidades.

Observa-se que as ideias centrais abordadas por Donato (2014) vão ao encontro da visão do empreendedorismo como construção de negócio, abordagem muito presente em estudos de Baron e Shane (2007) que destacam o empreendedorismo como um conjunto de sistemas, analisando tal como um processo.

Dornelas (2012) coloca o empreendedorismo como envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, fortalecendo a visão do empreendedorismo como processo. Acredita-se que o empreendedorismo possui um papel fundamental para o desenvolvimento da sociedade, acrescentando e refletindo as suas ações dentro de um contexto tradicional, desvinculando a ótica limitada para algo mais dinâmico e surpreendente, de forma a impactar e desmistificar os paradigmas enfrentados, seja em detrimento à revolução de serviços e produtos, agregando ao resultado final, bem como com a qualificação dos que permeiam ao redor.

Dornelas (2012) aborda que no Brasil o tema intensificou-se ao findar da década de 1990 e consolidou-se durante o período de 2000 a 2010. O empreendedorismo sempre existiu, mas o que pode ser considerado relativamente

novo é o estudo desse fenômeno, que obteve uma rápida difusão (LOPES et al., 2017).

### **2.2.2 O empreendedor**

Fillion (1991) identifica o empreendedor como uma pessoa que imagina e desenvolve. Chantillon em 1755 descreveu o empreendedor como uma pessoa que paga determinado preço por um produto e o vende a um valor incerto, ele assume riscos (SARKAR, 2008). Sarkar (2008) descreve o empreendedor como a pessoa que corre riscos e toma decisões através do gerenciamento de recursos escassos.

Os empreendedores assumem riscos em situações de incerteza (SARKAR, 2008). Schumpeter em escritos entre os anos 1910 e 1920 identificou o empreendedor como sujeito inovador que impulsiona o desenvolvimento econômico e social (Costa et al., 2011). O empreendedor é um indivíduo que: possui iniciativa, organiza e reorganiza mecanismos sociais e/ou econômicos e aceita o risco ou o fracasso (HISRICH et al., 2009).

Donato (2014) incentiva que uma carreira empreendedora requer motivação especial, pois envolve interesses coletivos e requer um grande esforço intelectual e a constante atualização. Em geral os empreendedores são apresentados positivamente perante a sociedade e com a personificação de homens bem sucedidos que impulsionam o desenvolvimento da sociedade.

Degen (2009) identifica o empreendedor como aquele que tem a visão do negócio e não mede esforços para concretizar a sua ideia. Ele assume todos os riscos comerciais, pessoais e legais. O autor destaca ainda que em os negócios mais inovadores exigem a presença de um empreendedor.

Para Drucker (2012), a inovação é tida como um instrumento específico dos empreendedores, no qual podem explorar novas formas de negócio. Ainda alega que empreender é uma iniciativa arriscada e muitos indivíduos caracterizados como tal não sabem o que estão fazendo pois lhe falta metodologia.

Existem duas vertentes sobre empreendedorismo, conforme é abordado por Lopes et al. (2017). A primeira diz respeito a carreira ou ocupação, com sua raiz no século XVIII e a segunda menos direciona, que se relaciona com o comportamento



empreendedor (LOPES et al., 2017 apud WENNEKERS, 2006). Visualiza-se que a primeira abordagem identifica o empreendedor como o dono do negócio e a segunda como a pessoa capaz de agir de forma criativa. Lopes et al. (2017) destaca a visão da Comunidade Europeia, em que abordou o empreendedorismo como fenômeno além dos impactos econômicos, incluindo a ação criativa e inovadora nas mais diversas esferas sociais.

“[...] um jovem japonês, Tamon Iwasa... redesenhou o refletor rodoviário tradicional de modo que os “olhos de gato” que servem de espelho poderiam ser ajustados para refletir faróis dos carros vindos de qualquer direção. O governo apressou-se em instalar os refletores de Iwasa às centenas de milhares. E as taxas de acidentes caíram rapidamente” (DRUCKER, 2012, p. 99).

Através de Drucker (2012) se pode identificar uma ação empreendedora e o seu real impacto na sociedade. Hoje pode até passar despercebido, mas é algo que ainda sentimos necessidade. Em 1965 quando o Japão iniciou um processo intenso de mudança e surgiram às ruas pavimentadas, o número de acidentes era alto e a solução veio de um empreendedor, um agente visionário que atuou sob um problema que parecia impassível de solução.

A literatura não apresenta uma definição consensual sobre o empreendedor (DONATO, 2014), mas existem algumas características que são muito apreciadas e revelam grande aceitação. Donato (2014) destaca cinco características essenciais para o empreendedor.

1. Propensão para assumir risco;
2. Necessidade de realização;
3. Locus de controle interno, necessidade de autonomia, autoconfiança;
4. Criatividade;
5. Tolerância à ambiguidade.

A importância do empreendedor está aliada a resolução de problemas, sejam eles de qualquer esfera, mas com o intuito de melhorar a realidade da sociedade. Lopes et al. (2017) destaca que empreendedor é aquele que “utiliza a criatividade, possui a capacidade de elaborar um plano, mobilizar recursos, gerar inovação e assumir risco para atingir um objetivo proposto”.

### **2.2.3 Educação empreendedora e ecossistema empreendedor**

Sarkar (2008) questiona se o empreendedorismo pode ser promovido e sua devolutiva é que “[...] apesar dos traços empreendedores serem mais prevalentes em alguns indivíduos do que em outros, o empreendedorismo pode ser promovido, onde os traços empreendedores podem florescer [...]” (SARKAR, 2008, p. 61).

Um ambiente propício para o ensino do empreendedorismo é essencial para a promoção de iniciativas desse gênero. Para Nascimento e Junior (2011) a cultura empreendedora é fundamental para todas as sociedades e destacam que um ambiente propício pode estimular ações empreendedoras, criando um efeito multiplicador.

Acredita-se cada vez mais que a capacidade empreendedora pode ser ensinada e entendida por qualquer pessoa, destituindo o entendimento de que tal habilidade seria inata ao ser humano (SILVA; PENA, 2017 apud DORNELAS, 2015; YUSOFF; ZAINOL; IBRAHIM, 2015).

Os Estados Unidos adotou uma cultura de incentivo ao empreendedorismo em todas as camadas sociais e desde cedo as crianças possuem contato com o fenômeno (NASCIMENTO; JUNIOR, 2011). Nascimento e Junior (2011) destacam que o contato com o empreendedorismo desfaz alguns estereótipos e possibilita um trabalho de forma cooperada.

Essa cooperação é a cultura empreendedora, e ela pode ser estimulada pelo ecossistema empreendedor. Para que isso seja possível, é necessário qualidade e quantidade de pessoas e instituições que estejam dispostas a fazer parte desse ecossistema (NASCIMENTO; JUNIOR, 2011).

Para que haja uma cultura empreendedora em um país, são necessários osintraempreendedores. Estes são os indivíduos que concretizam as ideias em seus espaços, transformando a realidade por meio de suas atitudes (NASCIMENTO; JUNIOR, 2011).

Nota-se que a visão de Nascimento e Junior (2011) destacam a importância do ecossistema empreendedor. Esse ecossistema só é possível com a participação de agentes [intraempreendedores] que fomentem a cultura empreendedora.

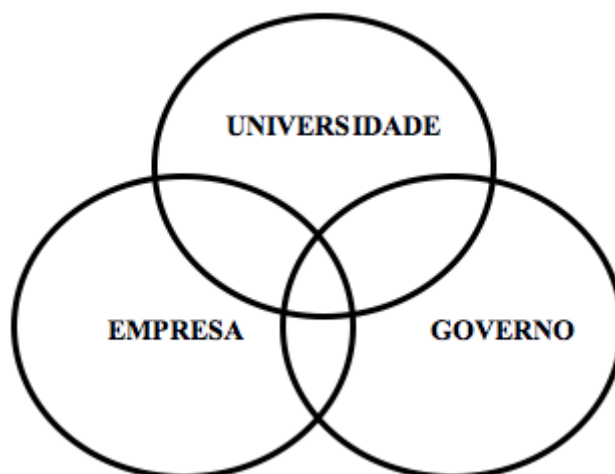
Chagas (2000) revela que o investimento na formação de empreendedores acontece quando há uma compreensão da relevância de tal no desenvolvimento sustentável tanto econômico quanto social do país. O autor destaca que essa foi a visão dos Estados Unidos e hoje possui cerca de 1.200 instituições acadêmicas de ensino na área.

A cultura organizacional deve incentivar a cooperação e o trabalho em equipe, facilitando o exercício da criação e inovação (DAVID; CARVALHO; PENTEADO, 2011), nota-se uma grande responsabilidade da organização em fomentar esse processo criativo e colaborativo. A cultura empreendedora compreende um importante fator para o fortalecimento do empreendedorismo e novos negócios.

Uma educação empreendedora é influenciada por fatores de mercado e ambientais, determinando a natureza da resposta empreendedora, ou seja, caso o ambiente seja extremamente empreendedor, existe uma grande chance do empreendedorismo tornar-se uma necessidade (SARKAR, 2008).

Nas universidades o empreendedorismo possui debates calorosos e dentre eles está o da tese Tríplice Hélice, que expõe a interação entre universidade-empresa-governo, com o propósito de promover a inovação baseada no conhecimento. Essa tese beneficia a sociedade através das redes trilaterais na geração de novos produtos, negócios e processos (SARKAR, 2008). Etzkowitz (2003) defende que essa interação é a chave para melhorar as condições da inovação na sociedade.

Figura 1 - Modelo tríplice hélice



Fonte: Adaptado de ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 2000.

Esse modelo baseia-se no relacionamento entre universidade, setor público e privado, vislumbrando a troca de conhecimentos, em que tais agentes são promotores da inovação. Através disso, a sociedade irá se beneficiar diretamente com os resultados, contribuindo também para a presença do empreendedorismo nessas esferas.

Sarkar (2008) enfatiza que os indivíduos que não nascem empreendedores podem se tornar um, através da inserção em uma sociedade que fomenta o empreendedorismo e nisso inclui-se a cultura, a educação e as políticas públicas que agem como promotoras do empreendedorismo.

Figura 2 - Ecosistema empreendedor



Fonte: Soul Startups (2017) adaptado de Daniel Isenberg, 2017.

Na Figura 2, visualiza-se que o empreendedorismo engloba uma série de fatores que o possibilitam. Dentre eles estão às políticas públicas que agem como reguladoras, facilitadoras e incentivadoras; o capital financeiro que possibilita a concretização das ideias; a cultura que está intimamente relacionada com a percepção dos indivíduos na sociedade do processo e relevância do empreendedor; as instituições de suporte que auxiliam, facilitam e fomentam o empreendedorismo; os recursos humanos que qualificam o empreendedor e; o mercado, constituindo uma rede de cooperação e a aplicação do resultado do empreendedor.

O ecossistema empreendedor é a interação que ocorre entre diversos interventores institucionais e individuais com o objetivo de fomentar o empreendedorismo e dependendo da organização esses componentes do ecossistema empreendedor podem variar (CARVALHO; VIANA; MANTOVANI, 2016).

O empreendedorismo não é nem ciência, nem arte, mas sim uma prática (DRUCKER, 1987) e a inovação dentro das universidades dependem de alguns recursos, sendo que ela é uma das bases para o empreendedorismo (DRUCKER, 2012; DEGEN 2009). Ao analisar os fatores catalisadores da inovação na universidade ou nas empresas, Tosta (2012) identificou o que segue na Figura 3.

Figura 3- Recursos necessários para inovação segundo especialistas

<b>Recurso</b>	<b>Citações</b>
Capacitação/Profissionais qualificados	24
Infraestrutura científica	19
Cultura de inovação	15
Financiamento ou investimento	12
Predisposição dos gestores	6
Parcerias entre universidade e empresa	6
Flexibilização dos processos/estrutura	6
Conhecimento novo/pesquisa	6
Tempo	4
Marketing	2
Núcleos de Inovação Tecnológica - NIT	2
Planejamento	2
Patentes	1
Concorrência	1
Incentivo governamental	1

Fonte: Tosta, 2012.

Observa-se através dos resultados obtidos na pesquisa, que a cultura de inovação é a terceira mais mencionada e para Drucker (2012) esse fator é decisivo para a presença do empreendedorismo, neste mesmo sentido salienta-se que a cultura empreendedora está intimamente relacionada com tal.

Schaefer e Minello (2016) sintetizaram e relacionaram as principais características da educação empreendedora.

Figura 4 - Características e elementos envolvidos na educação empreendedora



Fonte: Schaefer e Minello, 2016.

Através da Figura 4, observa-se que existe uma relação íntima entre quatro fatores: a educação empreendedora, o foco no aluno, o educador como facilitador e as novas práticas pedagógicas.

“A educação empreendedora configura-se [...] como experiencial, contextual e cooperativa e deve ocorrer de forma integrada, interdisciplinar e transversal às demais disciplinas e ao longo das diferentes etapas de ensino. O aluno assume o ponto de referência central no processo de aprendizagem, atuando como protagonista e sujeito na busca da autonomia do ser, saber e fazer empreendedor. O aluno deve buscar também um autodirecionamento da aprendizagem a fim de desenvolver o conhecimento e o conceito de si, reforçando a própria identidade por meio do desenvolvimento de habilidades e competências próprias do ser empreendedor” (SCHAEFER; MINELLO, 2016, p. 77).

Evidencia-se que para uma educação empreendedora, se faz necessário um ecossistema empreendedor nas universidades, desse modo, o aluno deve ser amparado pelos seus mestres e possuir certa autonomia para desenvolver seu potencial empreendedor. A inserção de novas práticas metodológicas e um

relacionamento com o mercado tornam-se indispensáveis para o sucesso desse ecossistema empreendedor.

#### **2.2.4 Ensino de empreendedorismo no Brasil**

Guerra e Grazziotin (2010) aprofundaram pesquisas sobre o ensino de empreendedorismo em cursos de graduação nas IES brasileiras e evidenciaram que mesmo com tanta riqueza não há aprofundamento à reflexão crítica que considere as particularidades. No Grupo de Educação Empreendedora que ambas participam houve uma investigação através de autores clássicos e contemporâneos da história brasileira, visando estabelecer uma relação significativa dos traços culturais para compreender o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil.

O objetivo é a compreensão do modo como as ideias empreendedoras costumam ser trabalhadas com os estudantes.

“A universidade deve tomar para si o encargo de tecer uma rede de saberes inter-relacionados capazes de proporcionar ao aluno a busca da realização das utopias que levam a quebrar velhos paradigmas e desconstruir mitos que possam impedir o desenvolvimento de uma sociedade cidadã.” (LOPES et al., 2010, p. 68)

Hashimoto e Grisi (2017) abordam que a qualidade da formação de educadores em empreendedorismo no Brasil ainda é pouco debatida. No que tange a relevância disso no ensino de empreendedorismo, retorna-se a Figura 3 com o resultado da pesquisa de Tosta (2012), identificando a capacitação profissional como fator contemplado com unanimidade para a presença da inovação. Com a grande transformação econômica e a mutação no mundo dos negócios exige-se um profissional mais preparado, mas no momento em que esse profissional assume a posição de protagonista nas empresas, as universidades não conseguem prepará-los para esse papel.

Na década de 1960 a universidade rompeu com alguns de seus paradigmas para atender a demanda da sociedade, através da entrega de indivíduos com capacidade cognitiva e raciocínio lógico. Com o desenvolvimento das economias emergentes na década de 1970 se necessitava de indivíduos profissionais, prontos



para atuar no mercado de trabalho, assim o ensino superior assumiu o trabalho de formação de mão de obra especializada (HASHIMOTO; GRISI, 2017).

Com o surgimento do empreendedorismo, sendo ele um fenômeno social, exigiu-se da academia uma mudança de paradigma, pois não bastava formar apenas empregados, mas um empreendedor. O ensino de conceitos de negócios não é suficiente para o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias ao empreendedor e algumas universidades já perceberam isso e tentam buscar a adequação de suas propostas pedagógicas (HASHIMOTO; GRISI, 2017).

Chagas (2000) afirma que a educação desenvolve consciência crítica e permite um pensamento autônomo, livrando o indivíduo da lógica que determina impossibilidades e acomodações. O autor ainda destaca que o modelo pedagógico vigente é aquele em que o professor transfere conhecimento aos alunos, limitando a reflexividade dos discentes.

Os indivíduos formados nas universidades são incompletos e possuem lacunas em sua formação, e elas limitam o seu desempenho visto que a capacidade técnica é garantida, porém outras habilidades não conseguem ser desenvolvidas na graduação. A grande crítica está na que o empreendedor estará sempre sozinho e não terá pares para lhe auxiliarem, a exemplo do empregado, e está sujeito à sua inexperiência, pois o aprendizado do empreendedorismo acontece na prática (HASHIMOTO; GRISI, 2017).

Para Hashimoto e Grisi (2017), existe uma falta de estudos e uma dificuldade de estabelecer parâmetros confiáveis devido a dinâmica dos negócios. Com isso as técnicas e ferramentas ensinadas em sala de aula são incompletas. O aprendizado de empreendedorismo é gerado através da vivência empreendedora e o grande desafio está na inserção de novas práticas que sejam baseadas nessa vivência empreendedora (HASHIMOTO; GRISI, 2017).

Os modelos educacionais estão fadados a falhar no que tange a formação do empreendedor. Nota-se através do conhecimento empírico, que é aquele adquirido diariamente pelo sujeito (DMITRUK, 2012 apud KÖCHE, 1997), que embora sejam poucas as ações dos educadores nesse campo, há o incentivo pelo

diálogo, pela conversa e pelos debates que são realizados nas salas de aula ou em outros espaços da universidade.

Outro fato relevante é o de que o ensino de empreendedorismo é pautado em conteúdos programáticos com a elaboração e desenvolvimento de instrumentos gerenciais, como o plano de negócios (CHAGAS, 2000). Para Chagas (2000) o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes empreendedoras não são contempladas no ensino acadêmico tradicional no Brasil e ela destaca que isso condiciona o país a estar em desenvolvimento.

“Um dos fatores que mantém o Brasil na condição de país “em desenvolvimento” e a falta de espírito empreendedor que tem suas raízes na falta de uma política educacional voltada para desenvolver o empreendedorismo principalmente no nível universitário” (COSTA, 2010, p. 106).

A *expertise*, que é o aprendizado através da experiência só poderá ser adquirida pelo indivíduo através da vivência e com outros indivíduos (CHAGAS, 2000). Nesse ponto cabe destacar a importância do desenvolvimento de um ecossistema empreendedor na universidade com incentivo para a cultura empreendedora em seus discentes, oportunizando o desenvolvimento dessa *expertise* e de competências empreendedoras inertes no ensino tradicional.

### **2.2.5 Empreendedorismo universitário**

Em estudo realizado no Núcleo de Empreendedorismo da USP, se identificou a importância do estímulo, ensino e conexão dentro da universidade para ações empreendedoras realizadas pelos próprios universitários, transformando o ambiente em que estavam inseridos (RIBEIRO, 2016). Para Silva e Oliveira (2016) países que aplicam o ensino e o incentivo ao empreendedorismo tornaram-se nações economicamente mais fortes. Para os autores a figura do mestre e o seu papel no desenvolvimento desses profissionais é de extrema importância, pois devem prepará-los para o mercado, mas também para a vida.

Plonski e Carrer (2009) destacam três aspectos de atuação que a universidade pode assumir em relação ao empreendedorismo:

1. Sala de aula;
2. Laboratórios;
3. Incubadoras.

Os autores incentivam que ambos combinados geram valor percebido através da incorporação de bens e serviços.

Lopes et al. (2017) aborda que neste contexto de crise é preciso ainda mais capacitar os universitários em uma perspectiva mais ampla para estimular a mentalidade empreendedora. Destacam ainda que em organizações internacionais o empreendedorismo vai além de impactos econômicos, mas sim na contribuição para ações criativas e inovadoras em todas as áreas da sociedade, ou mesmo dentro das organizações existentes, caracterizando o intraempreendedorismo.

Chagas (2000) aborda que embora a relevância do fenômeno empreendedor ser discutido nas universidades e a oferta de cursos com essa temática, a metodologia é padronizada e prescritiva, com a transferência de conhecimentos. Esse ensino padronizado e tecnicista não contribui para o desenvolvimento do pensar e agir do sujeito empreendedor (CHAGAS, 2000).

Para Pimenta (2015), presidente da Universidade Potiguar o empreendedorismo universitário caracteriza-se pelas iniciativas empreendedoras que os universitários desenvolvem durante o seu período na universidade.

A Endeavor (2015) realizou uma pesquisa em que identificou que as disciplinas sobre empreendedorismo possuem função importante para a cultura empreendedora da universidade e que a maioria fornece inspiração para empreender (54,4%), mas poucos universitários já cursaram as disciplinas (28,4%), a pesquisa indica também que essas disciplinas de empreendedorismo estão concentradas em cursos específicos. Alguns outros indicadores importantes foram apontados pela pesquisa. Apenas 50% dos cursos de engenharias e ciências sociais aplicadas possuem disciplinas de empreendedorismo e que apenas 35,5% das instituições oferecem as disciplinas sem restrições, podendo ser cursadas por alunos de qualquer curso. Nesse mesmo sentido apenas 41,1% das universidades adotam a transversalização de disciplinas para que alunos de diferentes cursos possam interagir.

Em estudo realizado pela Brasil Júnior (2016) com mais de 4.000 estudantes universitários se destacou que a universidade é um ecossistema em que o empreendedor universitário está inserido. A pesquisa identificou as características que mais contribuem para uma universidade ser mais empreendedora. Destaca-se o levantamento nesse estudo da postura empreendedora discente.

Postura empreendedora é a proatividade para resolver problemas, assumindo riscos e aproveitando as oportunidades (BRASIL JÚNIOR, 2016). E que a postura empreendedora discente foi mensurada a partir de quatro perguntas.

“Autoavaliação de postura empreendedora, vontade de empreender, participação em crescimento de algum projeto na universidade e as características relacionadas à postura empreendedora a exceção de experiência de mercado e apoio a iniciativas empreendedoras trazidas pelos professores” (BRASIL JÚNIOR, 2016, p. 52).

Observa-se que a postura empreendedora está diretamente ligada ao empreendedorismo dos universitários e se mensura através de aspectos individuais, envolvimento com projetos na universidade e na capacidade de resolver problemas, assumir riscos e aproveitar as oportunidades por própria iniciativa.

Estudo realizado pelo SEBRAE e Endeavor (2016) identificou que as universidades não estão satisfazendo as necessidades dos alunos sobre empreendedorismo. O estudo apresentou que as Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras não possuem uma estrutura que aprofunde os conteúdos de empreendedorismo. 56% dos alunos acreditam que iniciativas de empreendedorismo são essenciais ao prepará-los, mas que somente 38,78% das universidades oferecem tais oportunidades, como disciplinas e incubadoras.

A educação superior americana incentiva o empreendedorismo e notou ao longo dos anos que é importante incorporarem conceitos de empreendedorismo nas aulas. Os alunos precisam ser expostos ao empreendedorismo no início de suas carreiras universitárias e conhecer suas opções futuras, não apenas atentando-se às mais costumeiras. Percebe-se que a história evidencia o aspecto empreendedor nos Estados Unidos, em que é identificado como o motor econômico americano, mas não em áreas específicas (AUDY; MOROSINI, 2006).

As iniciativas de empreendedorismo [eventos, bolsas de pesquisa...] dentro da universidade não são priorizadas no ensino superior brasileiro, apenas surgem iniciativas isoladas que não atendem a necessidade da jornada empreendedora, que é caracterizada pelo desenvolvimento de diferentes competências empreendedoras. Esse dado vai ao encontro com a pesquisa da Brasil Júnior (2016), em que concluiu que as universidades estão longe do ideal em relação às conexões com o mundo globalizado e os recursos são insuficientes para o desenvolvimento de suas atividades de ensino, pesquisa e extensão e destaca, reforçando a carência de iniciativas empreendedoras, que a produção de conhecimento e inovação no ensino superior brasileiro é baixa em face de seu potencial.

O relatório da Endeavor (2016) aborda que a maioria das iniciativas como eventos, é direcionada para que o aluno seja receptor de conteúdo e não como protagonistas. O estudo destaca que é preciso expandir programas em que o estudante seja o criador e tenha experiências práticas para desenvolver competências empreendedoras. Fillion (2000) ressalta que o ensino e aprendizagem do empreendedorismo exigem mais do que simples aquisição de saber, necessita da integração entre saber ser e saber fazer, corroborando com esse dado.

Observa-se que a universidade é de suma importância para a promoção de um ecossistema empreendedor ao agir como catalisadora do empreendedorismo os universitários terão maiores chances de desenvolverem seu potencial empreendedor. Para Dolabela (1999), conviver com pessoas empreendedoras aumentam as chances do indivíduo se tornar empreendedor, ou seja, a universidade é uma aliada indispensável para o incentivo e disseminação do empreendedorismo entre seus estudantes, fomentando a cultura empreendedora.

Nesse sentido, Hisrich (2009) destaca que o conceito de empreendedor é muito visualizado no que tange a uma perspectiva empresarial, mas que há um consenso ao ser refletida em três definições: tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático e aceitar o risco ou fracasso. Gerber (1996) distingue o empreendedor como o indivíduo com olhar para o futuro, com personalidade

criativa e desejo de mudança. O processo empreendedor, segundo Baron e Shane (2007) é destacado no Quadro 2.

Quadro 2 - Fases do processo empreendedor

1- Reconhecimento de oportunidade
2- Definição de seguir em frente e reunir recursos
3- Lançamento de um novo empreendimento
4- Construção do sucesso
5- Colheita de recompensas

Fonte: Baron e Shane, 2007.

Cada fase do processo empreendedor requer amadurecimento e dependem de diversas variáveis incontroláveis pelo indivíduo, nesse sentido, se destaca a grande propensão a assumir riscos. Hisrich (2009) ao abordar o futuro do empreendedorismo identifica que mesmo com diferentes perspectivas conceituais existem alguns aspectos comuns como os riscos, a criatividade, a independência e as recompensas.

“Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimentos, mas a construção e o desenvolvimento de valores, atitudes, comportamentos, modos de percepção de si mesmo e da realidade circunstante, aspectos relacionados à capacidade de inovar, de correr riscos, de organizar e reorganizar recursos sociais e econômicos a fim de transformar situações para proveito prático, de aprender com os erros e perseverar diante de incertezas, desafios e oportunidades. Para se desenvolver ou potencializar essas características do indivíduo empreendedor, são necessárias novas formas de ensino e novas formas de relacionamento” (SCHAEFER; MINELLO, p. 78, 2016).

Ao se abordar as práticas no ensino do empreendedorismo nas universidades, de modo a fomentar o empreendedorismo universitário, destaca-se a figura 5 apresentado por Silva e Pena (2017).

Figura 5 - Principais métodos e práticas de ensino para a educação empreendedora

<b>Métodos e Práticas</b>	<b>Descrição</b>
<b>Aprendizagem Passiva</b>	
Aulas Expositivas	Exposição do conteúdo, com a participação ativa dos estudantes, no qual o professor os levam a questionar, interpretar e discutir o objetivo de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade (Anastasiou, & Alves, 2012).
Casos para Ensino	Avaliação de uma situação ou identificação de um problema segundo um cenário verídico, em que os estudantes são requisitados a analisar os dados apresentados e propor soluções que façam sentido no contexto do mundo real (Swiercz, & Ross, 2003).
Seminários e Palestras com empreendedores	Discussão com empreendedores externos ao ambiente universitário sobre os sucessos e fracassos ocorridos na trajetória empreendedora, bem como as experiências de percepção e criação do negócio (Rocha, & Freitas, 2014).
<b>Aprendizagem Ativa</b>	
Visita a empresas	Participação dos alunos em visita a empresas, a fim de conhecer o funcionamento do mercado na vida real e visualizar a aplicação da teoria estudada (Rocha, & Freitas, 2014).
Plano de Negócios	Documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta empresa. É um processo de aprendizagem e autoconhecimento que permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios (Domelas, 2015).
Incubadora de empresas	Ambientes providos de capacidade gerencial, técnica e infraestrutura para auxiliar o pequeno empreendedor (Martins, Fiates, Dutra, Leite, & Giarola, 2014). Tal ambiente proporciona aos alunos o desenvolvimento de múltiplas competências e a compreensão das etapas do ciclo de vida das empresas (Rocha, & Freitas, 2014).
Jogos Empresariais e Simulações	Atividades de tomada de decisões que envolvem um modelo de operação de negócios, no qual os estudantes assumem a função de administradores de uma empresa fictícia podendo assumir diversos papéis gerenciais, funcionais, especialistas e generalistas (Silva, Oliveira, & Motta, 2013).
Empresa Júnior	Organização sem fins lucrativos formada por estudantes de graduação com a finalidade de aliar teoria à prática, que contribui para a propensão empreendedora dos mesmos (Ferreira, & Freitas, 2013).
Projetos de Pesquisa e Extensão	Projetos e atividades que possibilitem a construção da habilidade de aprender coletivamente, dialogar, construir conhecimentos e aplicar os conceitos junto à comunidade (Rocha, & Freitas, 2014).

Fonte:Silva e Pena, 2017.

É importante destacar, que através da Figura 5 se pode evidenciar algumas práticas importantes para o ensino de empreendedorismo, essas contribuem para o desenvolvimento de um aluno empreendedor e o incentivo a uma cultura empreendedora. Neste estudo, para melhor compreensão do que se entende por empreendedorismo universitário, cabe destacar que o agente empreendedor é o acadêmico através de suas ações empreendedoras dentro da universidade.

Gomes, Lima e Cappelle (2013) resgatam o conceito de ação empreendedora, essa compreensão é fundamental para essa investigação.

“[...] essas iniciativas [...] podem não ser novas, porém, mesmo que tenham sido imitadas, se se configurarem como novas em um contexto específico, podem ser consideradas como inovação. Ademais, essas ações empreendedoras podem apresentar-se em um indivíduo ou em grupo de indivíduos. Ou seja, a partir dessa noção, percebe-se que o conceito de empreendedor e de empreendedorismo pode ter um caráter inclusivo (ao contrário de uma visão essencialista que acredita que o empreendedor traria consigo características inatas e incomuns). Reafirma-se aqui, portanto, que o empreendedorismo se manifesta na ação empreendedora. Do ponto de vista teórico, pode-se, pois, reconhecer o potencial de interpretação de situações de empreendedorismo, tendo em conta a formulação da noção de **ação empreendedora como elemento essencial do fenômeno**. Assim, considera-se que indivíduos agentes de organizações públicas e/ou privadas, que **estão inseridas em diferentes coletividades, promovem ações empreendedoras** que podem ser consideradas como estratégias inovadoras, observadas tanto **no âmbito organizacional, como local ou regional**” (GOMES; LIMA; CAPPELLE, 2013, p. 216, grifo nosso).

Salienta-se então que a ação empreendedora é o elemento central para se constatar um agente empreendedor e que estão inseridas nas mais diversas coletividades atuando tanto internamente ou externamente. Um ponto importante a se considerar é que essas iniciativas podem estar ligadas ao indivíduo ou a um grupo de indivíduos, mas para compreendermos esse fenômeno, é interessante desconsiderar as atividades ligadas a apenas um sujeito, visto que a ação poderá perder força ou mesmo acabar quando o acadêmico sair da universidade.



### 3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Pesquisa é o procedimento realizado de forma racional e sistemática para se obter respostas aos problemas propostos (GIL, 2002). O método representa o caminho para se atingir os objetivos e as técnicas representam o conjunto de normas para orientar a forma mais adequada e precisa possível (DMITRUK, 2012).

Gil (2002) destaca que para se realizar uma pesquisa, o pesquisador deve ter certo interesse, nesse momento identifica-se as motivações do autor como sendo: o conhecimento do assunto a ser pesquisado e a curiosidade que o fenômeno desperta em si.

A seguir é exposto o método e as técnicas utilizadas neste estudo.

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Para cumprir com o objetivo proposto e ao se investigar uma determinada população, a pesquisa possui predominantemente a sua abordagem de forma qualitativa. Esse tipo de pesquisa apresenta um enfoque mais amplo para a obtenção de dados descritivos e exploratórios, mediante contato direto e interativo do pesquisador com o objeto de estudo, obtendo uma maior profundidade e detalhes do objeto de estudo (GODOY, 1995). Creswell (2007) destaca que a pesquisa qualitativa é aquela em que o investigador faz alegações de conhecimento construtivas, participatórias ou em ambas.

De acordo com a abordagem de Creswell (2007), o autor do presente trabalho utilizou ambas alegações de conhecimento, pois no aspecto construtivo buscou-se pelos significados individuais e históricos com o objetivo de traçar um padrão e no aspecto participatório realizou-se uma investigação sobre as políticas orientadas para a mudança, sob a face das transformações ocorridas pela ações originadas através dos estudantes.

A abordagem qualitativa possui um vínculo dinâmico com o sujeito de pesquisa com multiplicidade de métodos (GRUBITS; NORIEGA, 2004). Na abordagem qualitativa não há uma preocupação com representatividade numérica, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social (GERHARDT; SILVEIRA, 2009), pois aspectos da realidade não podem ser quantificados e foca na

compreensão e explicação da dinâmica social (GODOY, 1995). Gibbs (2009) destaca que esse tipo de abordagem busca esmiuçar a forma como as pessoas constroem o mundo à sua volta e durante o processo ocorrem diversas interações. Para Godoy (1995), a pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte de dados e o pesquisador como o principal instrumento.

Aspirando atingir o objetivo proposto, ao se investigar como acontecem as iniciativas empreendedoras originadas pelos estudantes dentro das universidades federais de Santa Catarina, esta pesquisa caracteriza-se como aplicada, em que se busca um conhecimento prático envolvendo verdades e interesses locais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). A pesquisa aplicada objetiva gerar novos conhecimentos que podem ser colocados em prática (PRODANOV; FREITAS, 2013), ela busca soluções aos problemas humanos com o objetivo de entender como solucionar esse problema (ZANELLA, 2011). Nesse sentido trabalha-se com o intuito de analisar quais as dificuldades foram enfrentadas ao se implantar uma nova ação empreendedora pelos acadêmicos e como foi possível quebrar tais barreiras.

Vergara (2013) classifica a pesquisa quanto aos fins e quanto aos meios. Nesse sentido, esse estudo foi classificado quanto aos fins descritiva e quanto aos meios, bibliográfica e pesquisa de campo.

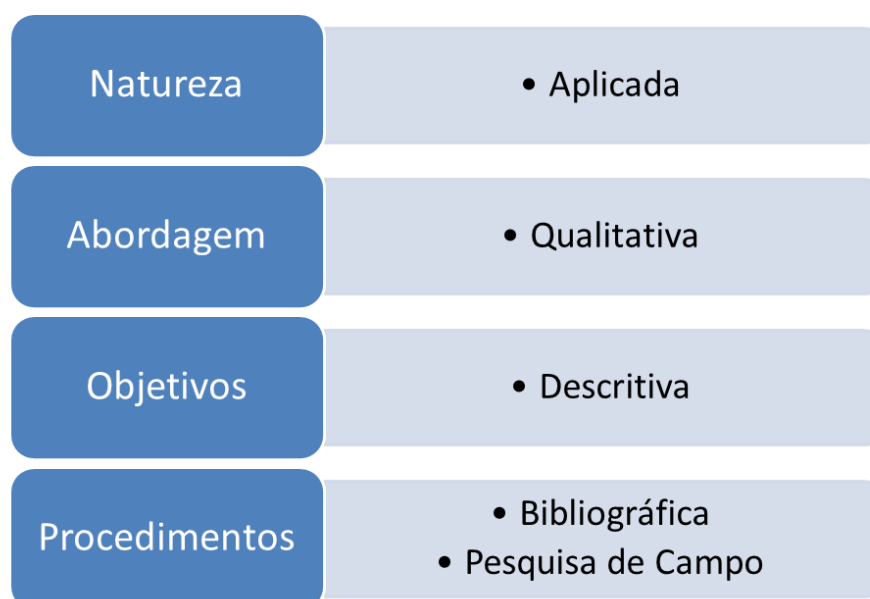
Com foco na caracterização das ações e as motivações que fizeram com que os acadêmicos criarem grupos empreendedores dentro das universidades, esta investigação é de caráter descritivo, que segundo Prodanov e Freitas (2013) é quando o pesquisador apenas registra e descreve os fatos, sem interferir neles. Esse tipo de pesquisa é quando o pesquisador narra algo, o descreve (APOLLINÁRIO, 2012). Gil (2002) afirma que as pesquisas descritivas possuem como objetivo primordial a descrição das características de um fenômeno e objetiva levantar opiniões, atitudes e crenças.

A pesquisa bibliográfica é indispensável para todos os tipos de investigações e baseia-se no levantamento bibliográfico em obras clássicas e atuais com a leitura do material selecionado (DMITRUK, 2012). Fonseca (2002) revela que esse tipo de abordagem é realizada em livros, artigos científicos e páginas em *web sites* que podem estar em meios eletrônicos, com o objetivo de recolher informações a respeito do tema investigado. Gil (2002) destaca que a principal vantagem da

pesquisa bibliográfica está em permitir ao investigador uma compreensão mais ampla sobre o fenômeno, do que ao pesquisar diretamente. A pesquisa bibliográfica propicia a compreensão acerca do empreendedorismo universitário e ações empreendedoras já desenvolvidas em outras instituições do Brasil, possibilitando ao autor uma análise mais aprofundada.

Pesquisa de campo refere-se aquela que recolhe dados junto a pessoas (FONSECA, 2002). Esse tipo de pesquisa visa buscar informações acerca do fenômeno estudado (PRODANOV; FREITAS, 2013). Gil (2002) enfatiza que a pesquisa de campo visa maior profundidade e foca em uma comunidade que não necessariamente seja geográfica, mas pode ser voltada a qualquer atividade humana. Nesta investigação ao examinar as diferentes ações empreendedoras é possível identificar aspectos comuns que ocorrem nos mais diversos tipos de ações empreendedoras.

Figura 6 - Resumo procedimentos metodológicos



Fonte: O autor, 2017.

## 3.2 UNIDADES DA ANÁLISE E SUJEITOS DA PESQUISA

As unidades de análise da pesquisa foram a Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) campus Chapecó e a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em Florianópolis.

### 3.2.1 Universidade Federal da Fronteira Sul

A Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) é uma instituição de ensino superior pública Criada pela Lei Nº 12.029, de 15 de setembro de 2009. O processo de criação da UFFS iniciou com cinco campi: Chapecó (SC) – sede da Instituição, Realeza e Laranjeiras do Sul (PR) e Cerro Largo e Erechim (RS). Recentemente a cidade de Passo Fundo também passou a contar com um campus da UFFS, o qual oferece o primeiro curso de Medicina do Brasil instituído através do programa de expansão das escolas médicas do Governo Federal (UFFS, 2017).

O campi Chapecó fica localizado na rodovia SC 484, Km 02, no bairro Fronteira Sul em Chapecó/SC. Contando com mais de 40 cursos de graduação, a Universidade já ultrapassou a marca de 8 mil alunos e completou, em 2017, oito anos de história. Para ingressar na UFFS é preciso realizar o ENEM, pois a Universidade atualmente adota o SiSU como método de acesso à graduação. A instituição reserva em torno de 90% das vagas na graduação para estudantes que cursaram o ensino médio exclusivamente em escola pública (UFFS, 2017).

Além da graduação, a UFFS oferece oportunidades em cursos de pós-graduação em nível de especialização (lato sensu), mestrado e doutorado (stricto sensu). Atualmente são oferecidos 4 cursos de especialização, 11 mestrados e 2 doutorados interinstitucionais, todos com corpo docente composto por mestres e doutores (UFFS, 2017).

Conforme destaca em seu site institucional (2017), a Universidade Federal da Fronteira Sul tem como missão:

“1. Assegurar o acesso à educação superior como fator decisivo para o desenvolvimento da Mesorregião Grande Fronteira Mercosul, a qualificação profissional e a inclusão social;

2. Desenvolver atividades de ensino, pesquisa e extensão buscando a interação e a integração das cidades e estados que compõem a grande fronteira do Mercosul e seu entorno;

3. Promover o desenvolvimento regional integrado — condição essencial para a garantia da permanência dos cidadãos graduados na Mesorregião Grande Fronteira Mercosul e a reversão do processo de litoralização hoje em curso.”

No projeto pedagógico institucional, apresentado em seu site institucional (2017), a UFFS tem como princípios norteadores:

“1. Respeito à identidade universitária da UFFS, o que a caracteriza como espaço privilegiado para o desenvolvimento simultâneo do ensino, da pesquisa e da extensão;

2. Integração orgânica das atividades de ensino, pesquisa e extensão desde a origem da Instituição;

3. Atendimento às diretrizes da Política Nacional de Formação de Professores do Ministério da Educação, estabelecidas pelo Decreto Nº 6.755, de 29 de janeiro de 2009, cujo principal objetivo é coordenar os esforços de todos os entes federados no sentido de assegurar a formação de docentes para a educação básica em número suficiente e com qualidade adequada;

4. Qualidade comprometida com a formação de cidadãos conscientes e compromissados com o desenvolvimento sustentável e solidário da Região Sul do País;

5. Democracia e autonomia, que respeitem a pluralidade de pensamento e a diversidade cultural, com a garantia de espaços de participação dos diferentes sujeitos sociais;

6. Combate às desigualdades sociais e regionais, incluindo condições de acesso e permanência no ensino superior, especialmente da população mais excluída do campo e da cidade;

7. Confiança na agricultura familiar como um setor estruturador e dinamizador do processo de desenvolvimento;

8. Valorização e superação da matriz produtiva existente como premissa;

9. Garantia de uma universidade pública e popular;

10. Comprometimento com o avanço da arte e da ciência e com a melhoria da qualidade de vida para todos.”

Além das atividades de extensão e pesquisa, os cursos de graduação da UFFS estão em sintonia com orientações institucionais construídas de forma coletiva, o que permite organizar o currículo em torno de um tronco universal. Tal forma de organização curricular tem por objetivo assegurar que todos os estudantes recebam uma formação cidadã, interdisciplinar e profissional (UFFS, 2017).

Propiciando a integração de diversos cursos, as grades curriculares apresentam disciplinas comuns que visam desenvolver nos estudantes habilidades e competências vistas como essenciais para qualquer profissional, incentiva a comunicação e compreensão das novas tecnologias, despertando nos estudantes a

consciência em relação a diversos fatores, como por exemplo, o convívio humano em sociedade (UFFS, 2017).

### **3.2.2 Universidade Federal de Santa Catarina**

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) possui sede em Florianópolis, capital do estado de Santa Catarina. Foi fundada em 18 de dezembro de 1960 com o objetivo de promover o ensino, a pesquisa e a extensão.

É uma Universidade pública e gratuita. Possui campi em mais quatro municípios: Araranguá, Curitibanos, Joinville e Blumenau. Todos os novos campi foram instituídos com recursos do Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), do Ministério da Educação (MEC), em um processo de interiorização da Universidade para outras regiões em Santa Catarina (UFSC, 2017).

A UFSC tem mais de 30 mil estudantes matriculados em 103 cursos de graduação presenciais e 14 cursos de educação a distância. Possui pós-graduação com mais de 7 mil vagas para cursos stricto sensu: são 63 mestrados acadêmicos, 15 mestrados profissionais e, 55 cursos de doutorado. Nos 32 cursos de especialização, são mais de 6 mil alunos a distância e 500 em cursos lato sensu presenciais (UFSC, 2017).

Com uma trajetória de 56 anos, possui os seus alicerces na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, ampla e aprofunda, constantemente, sua atuação do ensino básico à pós-graduação. No seu site institucional (2017) posiciona-se como uma instituição social de ensino superior, completamente comprometida com a construção de uma sociedade justa e democrática. A UFSC tem por missão (UFSC, 2017):

“Produzir, sistematizar e socializar o saber filosófico, científico, artístico e tecnológico, ampliando e aprofundando a formação do ser humano para o exercício profissional, a reflexão crítica, a solidariedade nacional e internacional, na perspectiva da construção de uma sociedade justa e democrática e na defesa da qualidade da vida”.

### 3.2.3 Sujeitos da pesquisa

A investigação ocorreu através da identificação de ações empreendedoras dentro das universidades com foco nas originadas através de ação direta dos próprios estudantes. Gaskell e Bauer (2013) sinalizam que a amostragem é fundamental para pesquisa, garantindo eficiência e informações relevantes sobre a população. A amostragem compõe-se de uma lista específica de unidades que são levadas em consideração (GASKELL; BAUER, 2013), nesse sentido, o autor destaca os critérios considerados no momento da seleção.

1. Ações originadas pela iniciativa dos estudantes que devem ter sido realizadas por tais;
2. A ação tem que ter sido iniciada a pelo menos seis meses e estar operante;
3. O estudo visa mapear ações empreendedoras dos universitários na universidade. Ações, mesmo que influenciadas pelas instituições, mas que são realizadas externamente a ela não serão consideradas, como exemplo, abertura de empresa.
4. A ação empreendedora deve vislumbrar continuidade. Iniciativas isoladas não serão consideradas.

Os sujeitos foram selecionados através de uma amostragem não probabilística por conveniência que envolve a escolha de participantes levando em consideração a disponibilidade deles em participar do estudo (APPOLINÁRIO, 2012) e que atendam aos critérios estabelecidos.

Para a seleção dos participantes, o pesquisador divulgou o estudo nas mídias sociais em seu perfil pessoal, por estar inserido no meio acadêmico; em grupos de estudantes, professores e técnicos administrativos de ambas as universidades; e também através do envio de e-mail para a secretaria acadêmica da UFFS para envio aos estudantes.

Após as indicações realizadas por indivíduos o pesquisador entrou em contato com as iniciativas ou sujeitos que foram mencionados. Nesse momento realizaram-se três etapas.

1. Seleção preliminar: contato com todas as indicações realizadas, visando identificar se atendem aos critérios desta investigação;

2. Análise: analisar a variedade e identificar as potenciais iniciativas;
3. Seleção final: realizar uma nova seleção a fim de compor um grupo maior e finalizar de acordo com os critérios estabelecidos.

Após a realização das etapas elencadas acima, chegou-se a configuração observada na figura 7.

Figura 7 - Unidades de análise e sujeitos de pesquisa



Fonte: O autor, 2017.

### 3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados refere-se a um conjunto de operações executadas para serem sistematizadas e posteriormente analisadas (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Através da pesquisa de campo é necessário localizar os grupos e levantar os dados, mas se é crucial identificar pessoas que se envolveram no fenômeno (GIL, 2002). Nesse sentido, optou-se pela entrevista semiestruturada através de encontro presencial ou virtual pela plataforma *hangouts*.



A entrevista é um encontro de duas pessoas [pesquisador e sujeito], para que o pesquisador colete informações através de um diálogo profissional. Esse procedimento é utilizado na investigação social (MARCONI; LAKATOS, 2011). Severino (2007) destaca que essa é uma técnica de coleta de informações em que o pesquisador precisa aprender o que os sujeitos pensam, sabem, representam, fazem e argumentam.

Com a entrevista semiestruturada, o sujeito tem liberdade para explicar suas opiniões em qualquer direção que vislumbre importante, e isso possibilita uma riqueza de informações com uma exploração ampla (MARCONI; LAKATOS, 2011). Flick (2009) destaca que as entrevistas semiestruturadas possuem um guia de entrevista [tópico guia] que aborda as principais áreas a serem debatidas e a se questionar com os entrevistados, às vezes, o entrevistador incentiva o entrevistado a falar livremente de assuntos que possibilitam um desdobramento do tema principal (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Posteriormente é importante confrontar as questões que correspondem às teorias e as relações apresentadas pelo entrevistado com a finalidade de examinar criticamente essas noções apresentadas (FLICK, 2009).

A entrevista virtual ocorre através de uma sala de bate-papo para trocar diretamente perguntas e respostas, enquanto pesquisador e pesquisado estão online ao mesmo tempo. Assim como as entrevistas presenciais, as virtuais devem possibilitar uma troca verbal de informações e é realizada quando não há possibilidade ou quando não existem recursos suficientes para realizar pessoalmente (FLICK, 2009). Neste estudo a entrevista de forma virtual ocorreu devido a distância entre a cidade residente do pesquisador e de alguns pesquisados.

Segundo Marconi e Lakatos (2011) para a entrevista atingir os resultados esperados é necessário observar-se algumas normas:

1. Contato inicial: nesta investigação o pesquisador entrou em contato através da mídia social *Facebook* postando em grupos das duas instituições sobre a pesquisa, para que indiquem ações empreendedoras originadas pelos acadêmicos. Também se enviou e-mail para a secretaria acadêmica da UFFS, a fim de divulgar o estudo. Após a divulgação, houve a filtragem das ações indicadas, excluindo-se as ações que não foram exclusivamente

originadas pelos acadêmicos e posteriormente entrou-se em contato com membros das entidades/grupos que foram indicados.

2. Formulação de perguntas: o roteiro de entrevista encontra-se nos apêndice A. Assim, manteve-se uma estrutura formal primordial para a investigação que identificasse pontos essenciais para o trabalho.
3. Registro de respostas: As entrevistas foram gravadas a partir da plataforma *Google Hangouts* para os entrevistados que não puderam comparecer pessoalmente ou no caso dos residentes em Florianópolis, devido à acessibilidade. Os participantes que realizaram entrevista presencialmente tiveram esse momento gravado através de gravador de voz.
4. Término da entrevista: manter uma conversa cordial e finalizar com a aprovação do entrevistado, nesse sentido após todas as entrevistas sempre foi indagado o quanto consideram importante esse tipo de pesquisa, envolvendo os participantes no processo.
5. Requisitos importantes: manter sempre a validade das informações com fontes externas e não deixando cair em incertezas dos entrevistados; avaliar a relevância das informações prestadas; manter clareza nos dados e informações coletadas; aprofundar sempre que possível nas lembranças do entrevistado para obter a maior abundância de informações e; a amplitude das respostas.

Através do estudo teórico, observando e analisando as contribuições dos entrevistados essa pesquisa visa contribuir com o debate e a prática do empreendedorismo nas universidades do Brasil.

### 3.4 ANÁLISE DOS DADOS

A técnica de análise de dados é essencial para analisar, compreender e interpretar o material qualitativo (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Gil (2002, p. 133) define esse processo como “uma sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório”.

O uso de equipamentos para gravação torna a documentação de dados independente das perspectivas onde se consegue informações dos participantes e estas ficam armazenadas para posterior examinação. As entrevistas foram gravadas para que o pesquisador possa retornar sempre que julgar necessário, para aprofundar a sua análise ou esclarecer dúvidas.

Posteriormente foi realizada a transcrição das entrevistas, sendo esse um importante meio técnico para o caminho da interpretação desses dados e Flick (2009) ressalta que ainda não existem padrões estabelecidos de transcrição o que evidencia-se uma concentração na obtenção do máximo de exatidão das informações, em que a transcrição é importante instrumento para a fidedignidade dos dados e a manutenção da sua realidade.

O processo de análise consiste em extrair sentido dos dados coletados (GIL, 2002). É necessária uma atenção aos detalhes, visando compreender além das respostas oferecidas pelos participantes.

Para analisar os dados coletados, realizou-se a transcrição de todas as entrevistas realizadas e conforme estrutura proposta por Apolinário (2012) destacam-se quatro etapas:

1. Momentos de reflexão fenomenológica, que consiste em ocasiões de imersão em que se lê os materiais com a finalidade de compreender os contextos, as opiniões e apropriar-se dos relatos oferecidos pelos sujeitos da pesquisa.
2. Momento de discriminação, que a divisão do material em unidades de significado através de critérios relacionados com as concepções teóricas realizados pela leitura intencional relacionada à formação de resultados e objetivos propostos no estudo.
3. Momento de atribuição de sentido, em que há uma análise mais aprofundada e o pesquisador interpreta cada uma das unidades de significado. Esse consiste em um momento de análise e não apenas de descrição.
4. Momento de síntese, nessa etapa realiza-se o mapeamento das atribuições de sentido que foram obtidos na análise para uma compreensão geral e superior do fenômeno pesquisado.

No decorrer do estudo, o pesquisador encontrou algumas dificuldades relacionadas ao acesso às iniciativas. No próximo tópico isso é abordado.

### 3.5 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

No presente estudo, a identificação de estudantes que executam ações empreendedoras na universidade constitui um desafio visto que não existem muitas organizações que concentram esse tipo de informação e por diversos momentos essas ações são conhecidas por pequena parcela da comunidade acadêmica, necessitando de uma divulgação em grupos virtuais, visando à obtenção da indicação de indivíduos envolvidos iniciativas empreendedoras dentro da universidade. Nesse sentido, cabe destacar que objetivo específico de mapeamento, refere-se às iniciativas que compuseram o estudo, pois se acredita que existam outras diversas iniciativas dentro de ambas as universidades que não encontram-se aqui.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para atender ao objetivo do estudo, a seguir apresentam-se as ações mapeadas, as quais surgem a partir da iniciativa dos próprios estudantes. Posteriormente há os principais resultados do estudo.

### 4.1 PERFIL DAS INICIATIVAS EMPREENDEDORAS

O estudo foi realizado com 08 iniciativas, sendo 04 dentro da UFFS e 04 na UFSC. As iniciativas atenderam aos critérios estabelecidos e no Quadro 3 verifica-se o perfil de cada uma delas.

Quadro 3 - Iniciativas mapeadas

<b>INICIATIVA</b>	<b>LOCAL</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>ATIVIDADES</b>
<b>Ambienta Júnior</b>	UFFS	Empresa júnior do curso de engenharia ambiental e sanitária da UFFS	Realiza assessoria e consultoria profissional
<b>Fronteira Tec</b>	UFFS	Empresa júnior do curso de ciência da computação da UFFS	Realiza assessoria e consultoria profissional
<b>Grupo de Estudos Logísticos</b>	UFSC	Grupo de estudos na UFSC	Reúne alunos de graduação da UFSC que tem interesse em desenvolver estudos e projetos práticos na área de Logística Empresarial
<b>Mulheres na Engenharia UFSC</b>	UFSC	Coletivo com o objetivo reunir, incentivar e empoderar as acadêmicas de engenharia da UFSC	Reúne estudantes da UFSC, principalmente do curso de engenharia, para se falar sobre a mulher e o mercado
<b>Núcleo de Empreendedorismo da UFSC</b>	UFSC	É uma iniciativa estudantil com o objetivo de desenvolver a cultura empreendedora no meio universitário	Fomenta novos negócios na universidade, auxiliando os estudantes que querem ter ou possuem um empreendimento

<b>Revista Cultura Pensante</b>	UFFS	É um movimento criado por integrantes do Centro Acadêmico de Filosofia da UFFS, com o objetivo de criar e divulgar cultura por meio da revista digital	Distribuir conteúdo digital sobre cultura
<b>Sem Fronteiras Consultoria Júnior</b>	UFFS	Empresa júnior do curso de administração da UFFS	Realiza assessoria e consultoria profissional
<b>UFSC Consulting Club</b>	UFSC	É uma organização feita por alunos para reunir a comunidade acadêmica interessada em seguir a carreira de consultoria	Discutir e preparar os universitários que vislumbram uma carreira com consultoria

Fonte: O autor, 2017.

#### 4.2 RESPONDENTES DA PESQUISA

No quadro 4 visualiza-se o perfil dos indivíduos respondentes, os quais colaboraram para a obtenção dos dados.

Quadro 4 - Perfil dos respondentes

INICIATIVA	ENTREVISTADO (A)	CARGO	CURSO	IDADE	SEXO
<b>Ambienta Júnior</b>	Cristina Winkelmann Baptista	Fundadora	Engenharia Ambiental e Sanitária	39 anos	Feminino
<b>Fronteira Tec</b>	Eduardo Stefanello	Vice Presidente	Ciência da Computação	20 anos	Masculino
<b>Grupo de Estudos Logísticos</b>	Gabriela Begnini	Coordenadora administrativa	Engenharia Química	22 anos	Feminino
<b>Mulheres na Engenharia UFSC</b>	Amanda Tasca Petroski	Cofundadora	Engenharia de Materiais	21 anos	Feminino

<b>Núcleo de Empreendedorismo da UFSC</b>	Guilherme Luis Teixeira da Silva	Cofundador	Engenharia Mecânica	21 anos	Masculino
<b>Revista Cultura Pensante</b>	Derócio Felipe Perondi Meotti	Cofundador	Filosofia	22 anos	Masculino
<b>Sem Fronteiras Consultoria Júnior</b>	Luana Vanessa Geremia	Fundadora	Administração	25 anos	Feminino
<b>UFSC Consulting Club</b>	Ana Paula	Participante	Engenharia de Produção Civil	23 anos	Feminino

Fonte: O autor, 2017.

#### 4.3 MOTIVAÇÕES PARA A CRIAÇÃO DAS INICIATIVAS

Neste tópico visa-se compreender que motivos levam os (as) estudantes a iniciarem algo dentro de suas universidades.

A Ambienta Júnior começou através da união de duas colegas, após uma conversa entre os períodos de aula. Cristina já carregava consigo a experiência de uma graduação, pois era formada em engenharia civil e sentiu a falta de um contato maior com o mercado, bem como a compreensão efetiva da sua profissão quando se graduou, como se pode observar nessa sua fala: “Eu saí do curso, barrada em ideias”. Ao aprofundar o questionamento, notou-se que Cristina se refere no sentido de abrir seu próprio negócio e todas as outras formas de atuação profissional.

Ainda sobre a sua formação anterior ela destaca: “Eu saí muito crua e identifiquei isso em muitos colegas... Alguns conseguem uma inserção no mercado que possibilita uma maior compreensão da profissão e as oportunidades que ela oferece, mas nem todos”. Em um intervalo de aula, ao ir estudar em outra sala, encontrou Sabrina [colega de curso] e começaram a conversar. Ambas sentiram a falta de algo a mais dentro da graduação.

O primeiro contato com empresas juniores (EJs) foi através do seu namorado que estava com essa iniciativa em seu curso, mas de início não havia uma clareza

do que realmente era esse movimento. A principal motivação de querer fazer algo desse tipo na universidade foi a experiência da sua primeira formação e com isso, poder oportunizar os seus colegas de viverem essa realidade, o que se identifica em seu discurso: “A oportunidade... tem tantos alunos com grande capacidade de crescer que não têm oportunidade. Alunos mais tímidos podem se mostrar ótimos empreendedores. São poucas as alternativas presentes para se desenvolver”.

A Fronteira Tec teve como foco principal o de proporcionar uma experiência de mercado dentro do curso. Os estudantes têm diversas experiências no decorrer da graduação, mas nem todos conseguem sair preparados para o mercado e são diversos os fatores que sugerem isso, um ponto importante a se destacar é o trabalho em equipe, o contato com outras pessoas. No discurso de Eduardo se pode evidenciar: “Nem todos conseguem sair preparados profissionalmente, não na parte técnica, mas em aspectos interpessoais”.

O Grupo de Estudos Logísticos (GELOG) foi criado por quatro pessoas. Houve uma greve, os estudantes ficaram sem aula, mas queriam continuar aprendendo e se desenvolvendo, fazendo algo que gostassem e então criaram o grupo com essa finalidade, preparando os membros para saírem capacitados em logística. Em seu site destaca: “É um grupo autônomo de iniciação à pesquisa e formação de logísticos... Sem qualquer tipo de remuneração a não ser o conhecimento e a experiência. O grupo é aberto aos alunos de graduação da UFSC, em sua maioria do curso de Engenharia de Produção, que tenham em comum o interesse na realização de projetos e estudos na área de Logística Empresarial (GELOG, 2017)”.

O Coletivo Mulheres na Engenharia UFSC surgiu após conversas entre as colegas e amigas Carol e Amanda. O curso de engenharia de materiais tem contato com o mercado ao decorrer da formação e possui seis estágios obrigatórios. Com isso acabam tendo que ir para outras cidades realizá-los, bem diferente dos demais cursos. Após esse contato, começaram a notar algumas situações que ambas passaram no decorrer dessa atividade e dialogaram sobre como cada uma lidou com a situação em relação ao assédio que foram expostas nos estágios.

A situação à que elas são expostas durante os estágios é evidenciada nesse trecho da entrevista. “Então conversamos com outras amigas e todas, sem exceção,



passaram por uma situação de machismo nas empresas”. Ambas concordaram que não havia como continuar desse jeito e algumas pessoas falavam que não era assim, que era por causa da roupa que estavam usando, porque era bonita e etc.

Elas queriam mostrar que existia outro lado. No centro a qual elas fazem parte dentro da instituição o tema não era debatido e Amanda destaca: “ninguém fala sobre machismo, é um lugar onde você está muito preso e não tem a quem recorrer para falar sobre isso, está muito julgado”. As estudantes tinham certeza que deveriam fazer algo, mas não sabiam como, e assim pensaram no coletivo e iniciaram as atividades após convidar outras colegas.

Já o Núcleo de Empreendedorismo da UFSC é uma iniciativa que surge com a intenção de diminuir a distância entre a universidade e o mercado. Guilherme destaca que o curso ao qual faz parte é avaliado com uma excelente posição em relação ao ensino, mas que perde quando se trata de mercado e isso mostra o quanto é necessário se fazer algo. Na visão dele a universidade não consegue suprir essa lacuna sozinha e aí entra a ação dos estudantes.

A Revista Cultura Pensante surgiu na UFFS após os estudantes vislumbrarem uma oportunidade dentro do curso de Filosofia. Derócio aborda um ponto muito importante: “Na filosofia nós temos grande parte do curso concentrada em leitura e escrita, e então nas disciplinas nós produzimos muitos trabalhos que são engavetados”. A primeira ideia do projeto era divulgar esses trabalhos, sem que seja apenas em uma revista científica, mas, outra alternativa, para compartilhar as produções e proporcionar também um espaço para que os próprios estudantes fizessem a edição e revisão do material.

Após o início do projeto surgiram outros objetivos, como o de integrar outros cursos, e ele desta que esse é um dos motivos do nome da revista, que não é apenas para a Filosofia e nem focado em apenas um ramo do conhecimento, ou seja, tendo alguma relação com pensamento e cultura está dentro do escopo da revista. Outro foco, era a partir desses textos produzidos, levá-los para os estudantes do ensino médio, pois acreditam que os textos produzidos por estudantes da graduação sejam mais fáceis de absorver do que de alguém com doutorado, devido ao tipo de rigor científico. Através das revistas as pessoas podem conhecer mais sobre os cursos e também podem publicar outras coisas além de

textos, como: poesias, contos, obras de arte e também há um espaço de divulgação de eventos que acontecem na universidade.

A Sem Fronteiras Consultoria Júnior foi a primeira empresa júnior da UFFS e surgiu através do incentivo de uma das professoras do curso. Luana destacou que: “A proposta das empresas juniores se mostrou extremamente importante no contexto da nossa universidade, ela abraça tanto a formação profissional como o desenvolvimento das pessoas que fazem parte da iniciativa”. Visualizava-se dentro do curso, ainda em seus primeiros passos, a necessidade de algo para complementar a formação dos graduandos e proporcionar uma experiência que aliasse o que é aprendido em sala de aula com a prática.

A principal motivação foi: “podemos fazer a diferença”, seguida por todo o apoio e dedicação da nossa orientadora. Ela nos dava injeções de motivação diárias. Nossos olhos foram abertos para uma realidade que não conseguimos enxergar. Até que percebemos o quão grande é Chapecó e as inúmeras oportunidades de crescimento que tem por essa região. Então tínhamos a intenção de fazer nossa sociedade perceber isso também (LUANA).

A UFSC Consulting Club surgiu após averiguar que a universidade não prepara para o mercado, que ainda falta algo, e também não apresenta as opções de carreira disponíveis aos estudantes, quais as possibilidades, os prós e os contras do que escolherem. Ana Paula elucida que: “A universidade não consegue fazer as coisas sozinhas, e aí entra o papel dos estudantes, mas ela tem que incentivar, dar o suporte necessário para isso acontecer”.

Entendendo isso, o foco principal do Club é como se candidatar e conseguir entrar nas empresas de consultoria, focando nos processos de seleção das maiores do mundo, pois as demais acabam seguindo o modo como elas fazem. Os dois principais objetivos da iniciativa é fomentar o trabalho com consultoria e capacitar os participantes.

As iniciativas abordadas nos apresentam dados interessantes e extremamente relevantes no que tange o fenômeno do empreendedorismo. Através das entrevistas consegue-se evidenciar claramente uma forte vertente ligada ao mundo dos negócios, ao empreendedor-empresário. Todas as iniciativas mapeadas surgiram a partir da união de duas ou mais pessoas e Amanda destacou: “Ainda

mais no ambiente universitário, em que são inseguros, mas tem muitas ideias”. Destacando um fator relevante a isso.

No Quadro 5 resumem-se os principais fatores que motivaram a inserção dessas iniciativas na universidade.

Quadro 5 - Fatores motivadores das iniciativas

<b>Iniciativa</b>	<b>Fatores motivadores</b>
Ambienta Júnior	Mercado, Experiência, Carreira
Fronteira Tec	Mercado, Experiência, Carreira
Grupo de Estudos Logísticos	Aprendizado, Estudos
Mulheres na Engenharia UFSC	Sensibilização, Debate, Ajuda mútua
Núcleo de Empreendedorismo da UFSC	Mercado, Novos Negócios
Revista Cultura Pensante	Compartilhar ideias, Cultura
Sem Fronteiras Consultoria Júnior	Mercado, Experiência, Carreira
UFSC Consulting Club	Mercado, Carreira

Fonte: O autor, 2017.

Através da análise das entrevistas, das definições sobre as iniciativas presentes nas mídias sociais e em seus sites é possível classificá-las de modo a compreender de forma concisa os fatores que as motivaram. É possível categorizar as iniciativas pesquisadas através do foco principal que desempenham.

Quadro 6 - Categorização das iniciativas

<b>Aprendizado</b>
Grupo de Estudos Logísticos
<b>Compartilhar idéias</b>
Revista Cultura Pensante
<b>Mercado</b>
Ambienta Júnior
Fronteira Tec
Núcleo de Empreendedorismo da UFSC
Sem Fronteiras Consultoria Júnior

UFSC Consulting Club
<b>Sensibilização</b>
Mulheres na Engenharia UFSC

Fonte: O autor, 2017.

O Quadro 6 organiza as iniciativas em quatro grandes áreas, para que se possa compreender a sua principal vertente. Desse modo, observa-se que a maioria das iniciativas visa uma aproximação com mercado.

#### 4.4 DIFICULDADES ENFRENTADAS NAS INICIATIVAS

Observou-se que as iniciativas pesquisadas apresentaram diferentes tipos de dificuldades. Elas resultam do tipo de ação que buscam desempenhar, mas alguns aspectos prevaleceram e foram elencados por mais de uma iniciativa.

É importante destacar e compreender esses desafios que são enfrentados, a fim de encontrar soluções ou alternativas dentro das universidades para se fomentar e incentivar cada vez mais a participação dos estudantes.

Na Ambienta Júnior não houve inicialmente um incentivo de alguns professores, devido ao contato com empresas juniores em outras instituições e essa visão só alterou-se ao verem o empenho dos estudantes que passaram a frequentar e falar da proposta nas reuniões do colegiado de curso. Os professores acreditavam que os alunos não conseguiriam manter a iniciativa em longo prazo.

Após contato com representantes da Federação das Empresas Juniores do Estado de Santa Catarina (FEJESC), houve um maior entendimento do que se tratava esse movimento de empresas juniores (MEJ). Com isso, os membros fundadores explicaram ao professor que auxiliava na implantação da iniciativa e Cristina enfatiza: “Ele começou a ver que a gente tinha aquele brilho no olhar, aí ele começou a mudar a forma dele agir, não conosco, mas a facilitar o caminho para a EJ dentro do colegiado”.

Outro ponto abordado pela Cristina foi a dificuldade de começar do zero, fazer coisas que não se tem conhecimento algum, como por exemplo, o estatuto. Ela descreve essa experiência como: “Sair caminhando no escuro dentro de um

labirinto”. “Essa parte legal, era algo para nós é totalmente fora da nossa realidade. É complicado escrever leis, somos acostumadas com cálculos”, enfatiza a entrevistada.

O tempo de aprovações para a EJ ser oficialmente reconhecida e podermos iniciar as nossas atividades foi longo, levou-se um ano até o estatuto ser aprovado. Meio ano para ser aprovado no colegiado e meio ano para ser aprovado na instituição. Cristina desabafa: “Pensamos em desistir, mas sempre tinha aquela força que não permitia isso”.

É como se eles não entendessem a real vontade que a gente tinha. Nunca nos chamaram fora da reunião do colegiado para falar sobre isso, apenas um conhecia o que era realmente empresa júnior. Foi de pouquinho em pouquinho que isso mudou (CRISTINA).

Atualmente a Ambienta Júnior possui dificuldades para vender projetos, por serem acadêmicos a frente de uma empresa e acreditam que um passo importante é promoverem a empresa e executar projetos de forma voluntária dentro da própria instituição. As empresas juniores são autônomas a universidade e devem se manter com seus próprios recursos. A EJ teve dificuldades nesse sentido também.

No começo não pensávamos em dinheiro, faltou um conhecimento em gestão. No curso temos apenas uma cadeira de administração que é de dois créditos. Deveríamos ser mais bem preparados para isso (CRISTINA).

A entrevistada destaca que dentro da universidade falam em criar atividades interdisciplinares, mas não há esse elo. Uma das maiores dificuldades da iniciativa desde o início de suas atividades é não dispor de um espaço físico para trabalharem. Para Cristina “o espaço físico impossibilita da gente se encontrar, ter um espaço nosso. Nossa interação de gestão está mais no virtual e isso dificulta o nosso trabalho. Trabalhar apenas digitalmente é complicado”.

Na Fronteira Tec, atualmente a sua maior dificuldade é conseguir construir a equipe, por se tratar de trabalho voluntário. A iniciativa ainda não conseguiu demonstrar todo o potencial do movimento empresa júnior, e assim, conquistar os estudantes do curso. Acredita-se que isso se deve por não terem consciência da

importância que uma EJ pode representar para o futuro ou há um desinteresse mesmo por parte dos estudantes.

Quanto aos primórdios das atividades Eduardo não possui conhecimento sobre o processo, o que ele informa é que: “Os professores sempre puxaram muito para conseguirmos projetos e incentivaram bastante, agora estão mais distantes”. O que o pesquisador percebe é que a iniciativa, ainda demanda de maior estruturação, principalmente no que tange a gestão do conhecimento e a gestão estratégica da iniciativa.

O Grupo de Estudos Logísticos não apresenta um problema segundo Gabriela e sim, uma dificuldade. Essa dificuldade é a rotatividade, que dificulta a iniciativa de manter o nível de trabalho e sua cultura, pois demanda de grande atenção nesses aspectos pelo fato de constantemente o quadro está sendo renovado, afinal, muitos acabam concluindo a graduação. Isso influencia diretamente no foco e na produtividade do grupo.

O coletivo Mulheres na Engenharia UFSC encontrou inicialmente como dificuldade a divulgação. Não sabiam em que locais o seu público estava, como fazer chegar até elas as informações, de que maneira mostrar que o trabalho desenvolvido é relevante e a dúvida de se realmente iria haver participação. Existia um medo de não ir ninguém, mas mesmo assim perseveraram na iniciativa.

Após o início das atividades, houve o processo de organização, de como estruturar as atividades e hoje, após a participação de um número maior de pessoas, existem e surgem muitas ideias, mas que acabam ficando apenas na cabeça. Como Amanda destaca, “nem para o papel elas estão indo”.

O coletivo não é institucionalizado e não pretende isso, pois não sabem como será a repercussão, existe um medo devido ao tema que tratam ser polêmico, embora não devesse ser, relata a Cofundadora.

Debater em um local onde isso não é debatido. Mostrar que tem lugar para a mulher e para o homem. Se você vai a outros centros da UFSC esse assunto é falado abertamente. Imagina um lugar onde isso não é falado e a maioria são homens? Não tem para onde correr. O que mais acontece são homens duvidando da nossa capacidade. É o mais complicado. Duvidarem de ti, de não te contratarem por ser mulher, ninguém fala sobre isso (AMANDA).

A fala da entrevista elucida a importância de uma iniciativa como esta dentro das instituições de ensino superior. Nesta trajetória de empreendedorismo que as estudantes passam a desenvolver, surgem desafios que não foram imaginados e que acaba por se tornarem um “pesadelo” para quem não consegue lidar com a situação. É necessário o comprometimento e empenho das participantes.

O Núcleo de Empreendedorismo da UFSC em outubro de 2017 deixou de ser um projeto de extensão e foi então desinstitucionalizado pelos estudantes. Eles perceberam que a universidade possuía um interesse e o grupo outro. Guilherme destaca que a proposta da iniciativa se perdia, pois estavam servindo mais a universidade do que aos universitários.

Existe um grupo de estudantes que está trabalhando na iniciativa, com novos desafios. Um deles, e considerado o principal, é não possuir mais uma sede, o que faz com que se unam uns na casa dos outros para que o Núcleo de empreendedorismo mantenha-se ativo.

Por se falar em empreendedorismo, que é uma coisa que está se desenvolvendo muito rápido, metodologia, método de validação, a universidade acaba ficando um pouco para trás, pois as metodologias utilizadas pelos professores são um pouco engessadas, então no sentido metodológico não sentimos tanta falta (GUILHERME).

Para sanar a falta do orientador, a iniciativa possui um conselho, em que fazem parte um empreendedor e um investidor, estes reúnem de tempos e tempos com a equipe do Núcleo.

Na Revista Cultura Pensante, Derócio desta que a maior dificuldade no início foi do Maurício que se encarregou de desenvolver o projeto e depois, foi o de conseguir a equipe, fazer sair o projeto, o site, definir as normas de publicação e toda a operação da revista. Hoje o desafio está em fazer com que a revista sirva ao propósito para que surgiu.

Abrangemos bastante, mas poucas pessoas enviam pra gente, parece que poucas pessoas conhecem a revista ou as informações não chegam à elas... Um empecilho pode ser por estar dentro do centro acadêmico de Filosofia, mas é importante o pessoal ver que embora esteja sendo gerido por ele, está aberto para todos (DERÓCIO).

A proposta, embora bastante relevante no contexto acadêmico é pouco valorizada pelos estudantes. Não se sabe os motivos e quais seriam as alternativas para isso. Durante a entrevista notou-se uma grande aposta do entrevistado na composição do novo corpo editorial, que ocorre no mesmo período desta pesquisa.

No que tange o corpo docente dos estudantes, é relevante destacar a fala a seguir:

Os professores dão um incentivo verbal, mas quando precisamos deles há uma ajuda meio ambígua, não temos como saber os motivos e nem podemos julgar, mas em questão de fatos há pouca contribuição (DERÓCIO).

Os professores incentivam a iniciativa, mas não atuam ativamente quando são convidados à participar de algum processo realizado pela revista. Ao se tocar no assunto da universidade, o entrevistado conta:

Na universidade o único espaço que conversei com a gente foi o setor de comunicação. Não sabemos se é porque não chega ou porque não é interessante para eles (DERÓCIO).

Embora exista essa dificuldade por parte dos estudantes, não se sabe ao certo o porquê disso. Na visão do pesquisador, a revista necessita de um planejamento estratégico, que lhes dê uma visão global da iniciativa e posteriormente um estudo sobre a forma de comunicação que realizam, pois embora possua um grande potencial de contribuição, não consegue se desenvolver e nem atrair os principais interessados. Essa identificação é baseada pelo discurso do entrevistado: “Há uma frustração pelo baixo interesse pela revista, em que os próprios estudantes não se interessam de participar”.

Na Sem Fronteiras uma maiores dificuldades foi em encontrar registros públicos sobre empresas juniores, e Luana destaca: “Precisamos contar muito com a ajuda da federação FEJESC e foi um corre-corre em consequência a toda a burocracia que paira sobre registrar uma empresa somada a inexperiência”. Após isso, um desafio ainda maior foi em relação a recrutar pessoas, devido ao baixo interesse dos acadêmicos em geral por não haver retorno financeiro, e ainda pela iniciativa não ter condições de oferecer muitos atrativos.



Bem, a maior dificuldade em geral foi ter que criar cada pedacinho da empresa do zero, tinha-se base de outras EJ, mas tudo precisava ser implantado para que começasse a fluir, e ao mesmo tempo tinha-se que conquistar clientes para manter a organização pulsando (LUANA).

A *UFSC Consulting Club* é um grupo de alunos que se reúne e se desenvolve junto, não é institucionalizado e nem tem nenhum professor participando junto. O *club* não possui nenhuma estrutura formal e eles trabalham por projetos através de uma pessoa que fica responsável por cada um.

Ana Paula destaca que têm uma experiência que trouxe do movimento empresa júnior, ao qual já participou e sente falta de uma estrutura mais organizada, pois possibilita uma maior facilidade no desenvolvimento das atividades, mas que mesmo assim consegue atingir os resultados propostos.

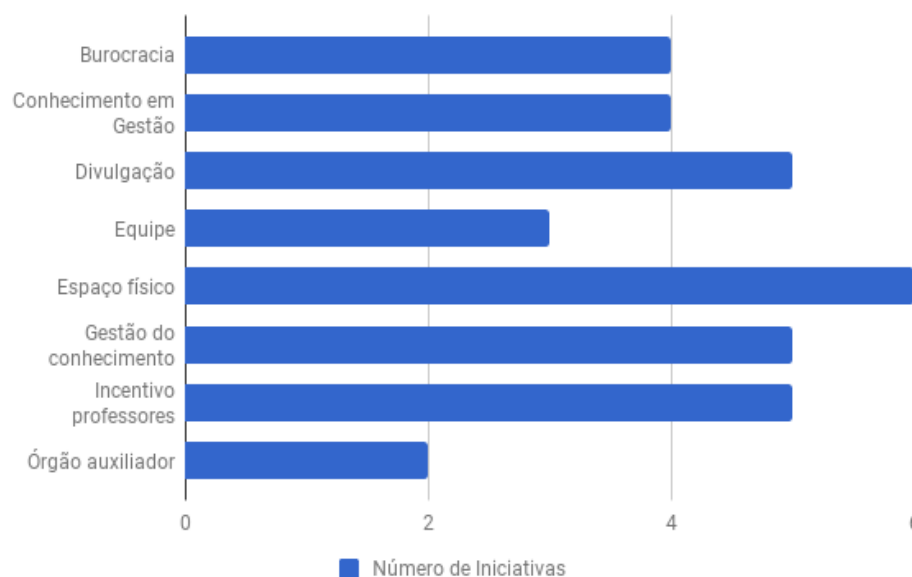
Quanto a serem institucionalizados, ela destaca:

Não sabemos até que ponto ser institucionalizado vai nos auxiliar, sendo que existe uma grande burocracia. O que seria importante é ter uma sala, principalmente se a equipe crescer. Evoluímos em qualidade com o decorrer do tempo e qualquer um que queira trabalhar com consultoria pode participar do grupo (ANA PAULA).

O maior desafio enfrentado pelo grupo está na dificuldade que possuem para se reunir, e a entrevistada destaca que muitas vezes as salas ou espaços em que se reúnem são inadequados ou os equipamentos necessários apresentam algum problema.

No Gráfico 1, há um resumo sobre as principais dificuldades encontradas nas iniciativas pesquisadas e quantas apresentam cada dificuldade descrita.

Gráfico 1 - Dificuldades presentes nas iniciativas



Fonte: Dados primários, 2017.

A análise do gráfico permite identificar as principais dificuldades evidenciadas pelas iniciativas. Destaca-se que embora esses fatores possam não estar presentes nas descrições acima, eles foram citados no decorrer da entrevista e incluídos nos indicadores do gráfico. Em primeiro lugar, das oito pesquisadas, em seis visualiza-se a necessidade de um espaço físico para desenvolver as suas atividades, esse fator é o mais presente na realidade das iniciativas. Em segundo lugar, tem-se três fatores empatados e que são identificados em cinco iniciativas, sendo a divulgação, a gestão do conhecimento e o incentivo dos professores. Em seguida, o conhecimento em gestão, que está presente na metade das iniciativas pesquisadas. Em três iniciativas identificam-se os fatores burocracia e equipe, e em duas a falta de um órgão auxiliador, que dê suporte para o desenvolvimento das atividades.

#### 4.5 CONTRIBUIÇÕES DAS INICIATIVAS E A UNIVERSIDADE NO FOMENTO AO ECOSISTEMA EMPREENDEDOR

Esse tópico visa elucidar as principais contribuições geradas pelas iniciativas pesquisadas em três pontos principais: Aos participantes, que seriam as pessoas que executam as atividades da iniciativa; Na universidade, com uma visão mais de

quem está dentro da instituição e; Na sociedade, com uma visão de quem está fora da universidade. Também se verificou se existe algum método específico que utilizam para a análise disso.

Para a Ambienta Júnior, a diferença percebida nos alunos que participam da iniciativa foi similar a uma transformação, como relata Cristina: “Tivemos revelações, por exemplo, alunos que você vê que são esforçados na aula, mas ali na EJ se mostraram líderes e os professores perceberam isso. Um dos membros, aquele estilo todo tímido, se ofereceu para uma área desafiadora para ele, isso mostra a evolução e a iniciativa”.

Um impacto bem interessante na universidade que a gente notou foi a participação da comunidade acadêmica, dando ideias e elogiando. Se oferecendo para ajudar nas ações. Passamos pelo pessoal na universidade e eles nos cumprimento, nos reconhecem como pessoal da engenharia, da EJ (CRISTINA).

Quando os membros saem, a equipe faz uma entrevista de desligamento, conversa com eles para saber o motivo e ver o que acharam da experiência para ter um *feedback*. A entrevistada esclarece que a maioria saiu pela falta de tempo, pois o curso é integral. E alguns não se identificam com o que é proposto pela Ambienta. Cristina explica: “Eles dizem: eu não me senti com espírito empreendedor, aquilo que vocês falam e prefiro sair. Quem entra tem que abraçar, olhar para frente que nem a gente.”

Quando indagada sobre como a universidade pode fomentar o ecossistema empreendedor, ela responde:

Eu acho que a universidade deveria dar a chance de acontecer, pois os alunos têm ideias. A primeira coisa, tinham que ter as matérias, falar de empreendedorismo, pois pensam que é ser empresário, não pensam nas possibilidades do empreendedorismo. Ajudar a divulgar tudo que é criado aqui dentro. Semanas acadêmicas não falam sobre esses temas, são mais direcionadas para a formação técnica mesmo. As empresas que participam mostram a técnica e não contam as suas histórias. Falta um espaço para centralizar essas informações (CRISTINA).

A abordagem da participante deixa clara a sua dedicação com o projeto que desenvolve e reforça que a universidade tem um papel fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo no seio acadêmico.

A Fronteira Tec identifica que para os estudantes existe um desenvolvimento profissional muito grande, principalmente para os que realmente se dedicam à iniciativa. Eduardo destaca: “Temos contato com outras coisas que contribuem significativamente com o desenvolvimento dos membros”. Na universidade é possível atrair maior visibilidade para o curso através dos seus projetos e na sociedade, hoje, não há tanto envolvimento ativo. A EJ não possui um método para avaliar as contribuições propiciadas. No que tange o papel da universidade no empreendedorismo ele cita que ainda há pouco fomento ao empreendedorismo, talvez pela UFFS ser nova, mas que é importante isso ser incentivado.

O Grupo de Estudos Logísticos utiliza o *Balanced Scorecard* (BSC) para mensurar o seu desempenho. As contribuições para os membros referem-se a desenvolverem-se muito em logística, na formação acadêmica desenvolve um papel fundamental, a entidade prepara mais para o mercado de trabalho através da capacitação técnica e do trabalho em equipe. Dentro da universidade consegue contribuir ativamente no desenvolvimento dos colegas, pois realizam treinamentos para a graduação, visitas técnicas que são abertas para os demais estudantes e há a publicação de artigos, que qualifica os graduandos e também a instituição. Na sociedade há um contato com o mercado e a cooperação para o desenvolvimento deste, visto que a iniciativa executa projetos e estes possuem grande qualidade, sendo confirmado pela avaliação dos próprios clientes que avaliam a maioria dos projetos com 10 ou 09, eles utilizam da metodologia do *Net Promoter Score* (NPS) e esse é um resultado excelente. Fora do meio empresarial não há tanta contribuição, pois este não é o foco do grupo.

Para o Coletivo Mulheres na Engenharia UFSC as principais contribuições são abordadas na fala da entrevistada:

A maioria das meninas que participam, falam... Nossa eu nunca havia imaginado isso, eu passei por isso e soube reagir. Inúmeras mulheres vieram falar com a gente de diversos casos, a saberem reagir em determinadas situações e não perderem a cabeça. Na universidade a abordagem do tema no CTC foi essencial, plantar a sementinha. Nós

consequimos atingir alguns homens e isso nos deixa muitos felizes. No contexto da sociedade a gente planta uma sementinha nas mulheres, planta uma sementinha nos homens e isso vai dar frutos no estágio, no trabalho, é muito nesse lado, ensinar as pessoas a lidar com isso, a mostrar que existe e parece algo pequeno, mas pode fazer alguém desistir sabe (AMANDA).

A iniciativa não mensura esses resultados, o que possuem é o número de participantes das ações que realizam. No que tange o papel da universidade no fomento ao empreendedorismo, Amanda fala: “Não atrapalhar, não dificultar o nosso processo, eu acho que muita coisa é dificultada. As coisas não são abertamente faladas, não são transparentes. Tem muita documentação, burocracia que a gente não sabe como fazer, não tem fácil acesso. E quem sabe ajudar a divulgar [as ações que acontecem na instituição], dar força para isso”.

Para o Núcleo de Empreendedorismo da UFSC as principais contribuições para os estudantes é o aprendizado conquistado ao longo do tempo. Eles se inserem ativamente nas atividades, geram e criam conexões, tanto no meio universitário quanto no mercado. Guilherme destaca que “as pessoas dão mais abertura quando eles dizem de qual iniciativa eles são”, cita que o empreendedorismo é muito visado e existe uma colaboração interessante nesse ecossistema. O que o cofundador destaca muito é o legado deixado: “ao olhar para trás poderão ver o quanto contribuíram para algo tão importante”.

Na universidade, a iniciativa promove o primeiro contato de muitas pessoas com o empreendedorismo. Através dos eventos apresentam ferramentas que podem ser aplicadas no dia-a-dia e existe um auxílio recorrente aos estudantes que estão com algum projeto em andamento, fazem com que eles tenham um contato semanal com os estudantes e isso cria um senso de comunidade extremamente interessante.

Dentro da sociedade incentivam as pessoas a olharem mais para a UFSC, em particular os empreendedores. O modo como o Núcleo opera é diferente do usual. “Quando o estudante conversa com o estudante, parece que eles se entendem mais facilmente e isso foi percebido através de conversas com quem estava em algum projeto conosco”, destaca Guilherme.

Ao ser questionado sobre o papel da UFSC no fomento ao ecossistema empreendedor, o pesquisador recebeu a seguinte resposta: “A UFSC incentiva pela formação de boas pessoas, esse é o maior papel da universidade. Mas ela deve ser

o lugar em que as pessoas buscam quando procuram boas ideias. É importante trazer mais matérias que conectam mais com o meio. Os laboratórios são conhecidos mais por quem está lá dentro e não conseguem formar essa ponte. Os estudantes acabam descobrindo o que tem na universidade muito tarde. A universidade é um universo e a gente vive muito pouco disso”.

Na visão do estudante, a universidade cumpre com seu papel fundamental e que deveria ser uma fonte de ideias reconhecida por isso. O que existe hoje na instituição acaba ficando restrito a poucos e não se consegue conectar a universidade com o mundo afora. Finaliza destacando o quão grande é esse ecossistema e que os estudantes acabam vivenciando, ou tendo o contato com uma parcela pequena disso.

A Revista Cultura Pensante nunca realizou um levantamento do impacto gerado através de um método, mas empiricamente Derócio trás que aparentemente ela não sai muito de um círculo da filosofia e chega pouco a outros cursos, bem como na comunidade.

Já para Luana, a Sem Fronteiras Consultoria Júnior possibilita o desenvolvimento profissional dos acadêmicos e é possível identificar sua afirmação em sua própria experiência.

Essa foi uma das melhores e mais importantes experiências da minha vida, em que me orgulho muito. Eu era uma pessoa tímida, muito indecisa e por ter tido essa vivência, consegui externalizar meus pensamentos, melhorei muito minha comunicação, capacidade de negociação, articular um pensamento estratégico, ter jogo de cintura para superar obstáculos, me programar, ter mais responsabilidade, me sentir capaz de inovar e melhorar as coisas do cotidiano tanto na vida pessoa como profissional. Essa experiência me trouxe muitos contatos e muita motivação, Participar desta empresa me deixou mais segura, autoconfiante e eu acho que isso é essencial para uma boa formação (LUANA).

Para a sociedade, a iniciativa oferece uma orientação especializada, moderna por um justo para o aprimoramento da gestão das empresas de Chapecó e região. A iniciativa faz usa da metodologia NPS para avaliar o resultado com os seus clientes, mantendo-se com um resultado acima de 09.

Na UFSC Consulting Club, quem participa aprende muito sobre os processos seletivos das empresas de consultoria e encontram alternativas de como se preparar. Há uma rede de colegas que sabem que podem se apoiar, ajudar e serem

ajudados, mas não há uma metodologia para mensurar isso. Na universidade realizam os eventos e conseguem cativar um público. Acreditam estar contribuindo com a sociedade como um todo ao estarem ajudando as pessoas a pensar sobre o futuro e se prepararem.

No que tange o incentivo ao ecossistema, a universidade poderia promover mais eventos e também criar um espaço de integração. Assim, os estudantes conseguem conversar e interagir de forma mais apropriada, possibilitando um maior desenvolvimento dentro da instituição como um todo. Ana Paula salienta: “A universidade tem que valorizar mais as coisas que fazemos dentro dela, pois só a graduação não é suficiente”. Se nota que é importante o incentivo da instituição, bem como o estímulo para um desenvolvimento além das salas de aula.

#### 4.6 ENCONTRO DA LITERATURA COM A PESQUISA

Após a exposição dos dados coletados, faz-se necessária uma análise mais aprofundada sobre o que é destacado pelos entrevistados e relacionar com as abordagens presentes na literatura para destacar aspectos presentes em ambos.

Um primeiro ponto a se destacar é que Lopes (2017) identifica o intraempreendedor como um indivíduo que funda ou participa de um projeto dentro da organização. Sendo as universidades organizações, pode-se trazer os participantes desse estudo como intraempreendedores. São pessoas que fazem um movimento de dentro para fora, através de um empreendedorismo que começa mais internamente e aos poucos, evolui conforme a iniciativa e consegue se expandir. Nascimento e Junior (2011) destacam que a cultura empreendedora é promovida pelos intraempreendedores. A reflexão que fica: serão esses atores os responsáveis pela mudança?

Dentre as iniciativas, o pesquisador pode visualizar que algumas estão mais desenvolvidas que outras, mas cabe ressaltar que isso não desqualifica as demais, de modo algum, pois isso faz parte do processo de aprendizagem e em algum momento, mesmo as iniciativas mais preparadas hoje passaram por um estágio semelhante no decorrer de sua trajetória. Segundo Drucker (1987) o empreendedorismo não é nem ciência, nem arte, mas sim uma prática.

Quando Cristina refere-se ao impulso para fazer parte de algo, ela cita que seu namorado foi o primeiro contato com as empresas juniores. Observa-se aqui um fator destacado por Dolabela (1999) que nos mostra a importância de um contato com o empreendedorismo. Ampliando essa visão, para Nascimento e Junior (2011) a cultura empreendedora pode criar um fator multiplicador, imaginemos agora vários indivíduos tendo esse contato e os transmitindo, o impacto realmente terá potencial de escala dentro das instituições.

Nesse mesmo sentido Dornelas (2012) destaca o empreendedorismo como um sistema com pessoas e processos, que juntos levam à transformação de ideias em oportunidades. Nas iniciativas há uma intensa relação dos processos com as pessoas, estando essas no centro disso, visto que sem esses agentes nada aconteceria. O que são essas ideias? No estudo observam-se as motivações para cada iniciativa; E as oportunidades? Visualizam-se as próprias iniciativas, o foco que elas possuem ao atuarem nas instituições.

Com a visão de Sarkar (2008) sobre o próprio empreendedor, se pode aplicar isso aos que participam ativamente das iniciativas, pois eles e elas correm os riscos e tomam as decisões, ou seja, são empreendedores. Na visão de Donato (2014) a carreira empreendedora exige motivação especial e envolve interesses coletivos, requerendo um esforço intelectual e a constante atualização. Nas iniciativas, essas pessoas atuam com um enfoque coletivo, visando contribuições para os próprios estudantes das instituições ou à comunidade e sem dúvidas necessitam constantemente ampliar suas habilidades. Cabe aqui destacar que emprega-se essa análise aos que atuam ativamente, pois estar em uma iniciativa por apenas estar, de forma passiva, não irá enquadrar-se nesta análise e a própria pesquisa revelou o baixo interesse em algumas iniciativas e o desligamento de membros que não sentiram o espírito empreendedor.

Fora destacado que existe uma relação íntima entre quatro fatores da educação empreendedores (SCHAEFER; MINELLO, 2016): a educação empreendedora, o foco no aluno, o educador como facilitador e as novas práticas pedagógicas. No decorrer da investigação identificou-se a presença desses fatores na fala dos participantes.



A educação empreendedora pode ser fomentada de diversas formas e as iniciativas investigadas apresentaram algumas práticas para a educação empreendedora destacadas por Silva e Pena (2017): seminários e palestras, visitas a empresas, empresas juniores e projetos de pesquisa e extensão. No universo de educação empreendedora, elas desempenham um papel fundamental, pois as disciplinas e seus conteúdos programáticos nem sempre conseguem atender a esses critérios, ou acabam ficando restritos a poucas. Esse fato fragiliza a educação empreendedora e poderá ser suprido pelas iniciativas empreendedoras na universidade. Como destacado por alguns entrevistados, a universidade não consegue fazer tudo sozinha.

Quando se cita as iniciativas empreendedoras dentro das instituições que são criadas e executadas pelos próprios estudantes, há um foco no aluno. O aluno estando no centro do processo e atuando como agente de mudança não apenas fomenta o empreendedorismo, como desenvolve-se e cria um ambiente em prol do ecossistema empreendedor. Nas informações apresentadas através da Brasil Júnior (2016), a postura empreendedora é a proatividade para resolver problemas, assumindo riscos e aproveitando as oportunidades, sendo assim, isso fica nítido dentro das iniciativas.

Outro ponto é que o educador atua como um facilitador. Visualiza-se que em determinadas iniciativas os professores tiveram uma postura participativa e incentivadora, porém em outra houve a falta desses atores. Não existe um alinhamento no corpo docente sobre o fomento do empreendedorismo nas instituições e cada um atua conforme a sua visão, havendo uma necessidade das organizações incentivarem e também, proporcionarem as condições necessárias para que consigam proporcionar o estímulo e o auxílio às iniciativas e ao empreendedorismo.

Quanto às novas práticas pedagógicas, têm-se elas ativamente presentes em algumas iniciativas, mas dentro da academia ainda estão tímidas. Isso dificulta o desenvolvimento dessas ações na universidade. Retornando aos dados apresentados nos estudos do SEBRAE, Endeavor e Brasil Júnior, todos de 2016, há a falta da oferta de disciplinas transversais, uma maior conexão com o mundo globalizado e o aprendizado ativo.

A educação empreendedora desempenhou um importante papel no desenvolvimento de alguns países, e Costa (2010) cita a educação universitária como sendo uma das responsáveis do nosso país estar em *status* de “em desenvolvimento”. Chagas (2000) destacou que o ensino padronizado e tecnicista não contribui para o desenvolvimento do pensar e agir do sujeito empreendedor e no decorrer do estudo foi observado através dos participantes que isso ocorre frequentemente nas universidades.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se abordar o tema empreendedorismo universitário, identificou-se que existem poucos estudos sobre a ação dos próprios estudantes dentro das universidades em um sentido menos direcionado ao mundo empresarial, ou na vontade de abrir um negócio. Na revisão da literatura é possível vislumbrar essa informação, em que há diversas produções abordando o tema centrado ao empreendedorismo voltado à empreendimentos comerciais.

A pesquisa foi aplicada em oito iniciativas presentes tanto na Universidade Federal da Fronteira Sul quanto na Universidade Federal de Santa Catarina. Cabe destacar que todas atenderam aos critérios estabelecidos no estudo.

No que tange os seus objetivos específicos, todos foram contemplados. Primeiramente, há o mapeamento das iniciativas empreendedoras dos universitários, o qual está destacado no tópico do perfil das iniciativas, trazendo cada uma delas e as suas atividades.

Ao se abordar as motivações para a criação das iniciativas, essas são observadas no item com a mesma descrição. Essas motivações variaram de uma a outra, mas foi possível classificar os principais fatores que motivam o surgimento de iniciativas propostas pelos próprios universitários.

Outro objetivo foi o de trazer as dificuldades enfrentadas pelos estudantes em suas iniciativas, e conseguiu-se esclarecer esse item. Ao fim do tópico que aborda as dificuldades, foi possível elencar os fatores mais presentes nas iniciativas. E por fim, foram apontadas as principais contribuições promovidas pelas iniciativas empreendedoras, elucidando que elas realmente possuem significativo valor dentro das instituições pesquisadas, bem como com a sociedade.

Ao se contemplar todos os objetivos específicos, atendeu-se também o objetivo geral da pesquisa que foi o de analisar as iniciativas empreendedoras dos universitários nas Universidades Federais do Estado de Santa Catarina. Ele poderá ser identificado no decorrer da análise e das discussões, mas principalmente no tópico que destaca o encontro da literatura com a pesquisa.

Ao término dessa pesquisa, sugerem-se duas ações para as universidades pesquisadas, as quais foram evidenciadas através dos questionamentos realizados aos entrevistados e pelo pesquisador.

A primeira sugestão diz respeito a implantação de uma plataforma online que centralize todas as iniciativas realizadas pelos estudantes. Isso proporcionará um importante meio para que os demais estudantes possam encontrar ações de seu interesse e possam participar. Além de incentivar os estudantes com essa ferramenta, acredita-se que a universidade auxiliará as iniciativas com alguns desafios presentes, como: a divulgação, a equipe e a maior participação dos professores.

Cabe destacar, que essa plataforma poderá ser uma página para cada iniciativa descrevendo o que fazem, para quem são direcionadas e quais as contribuições para os participantes, destacando a forma de entrar em contato com as iniciativas. Nessa ferramenta o estudante poderá pesquisar uma palavra-chave e serem listadas todas as iniciativas com esse perfil, assim, proporcionará à ele um conjunto de informações para que encontre algo para participar na universidade e desenvolver-se de alguma forma, fomentando ainda mais a participação estudantil.

Com o tempo, essa plataforma poderá desempenhar outras atividades, como o levantamento de informações acerca do resultado das iniciativas, construindo indicadores importantes no que refere-se a educação empreendedora. A ideia dessa plataforma digital surgiu quando o pesquisador foi encontrar as iniciativas presentes nessas universidades, mas notou que não havia um espaço em que conseguisse encontrá-las facilmente. O acesso a tais iniciativas se deu basicamente através de busca em redes sociais, com uma demanda de boa parte do tempo. Não houve um levantamento para se avaliar o custo dessa plataforma, mas poderia ser realizada até mesmo com a participação de parceiros privados.

Uma segunda sugestão seria a criação de um *coworking*. O *coworking* é um modelo de trabalho que se baseia no compartilhamento de espaço e recursos de escritórios entre diversas pessoas (MURAYAMA, 2017). Pode-se observar no estudo que a maior dificuldade para o desenvolvimento dessas iniciativas foi o espaço físico. Nesse sentido, sabe-se que as universidades também dispõem de recursos limitados, e também, até que ponto seria possível cada iniciativa dentro da

universidade possuir uma sala? Não se possui essa informação, mas acredita-se ser algo inviável hoje.

Como solução, destaca-se a criação desse espaço, pois o que se consegue oferecer aos estudantes hoje, são as salas de aula e outros ambientes da universidade que não conseguem atender as demandas das iniciativas. Como exemplo, podemos citar a biblioteca, pois os estudantes podem se encontrar lá para pesquisar, mas não é possível discutir assuntos entre um grupo de pessoas, pois o ambiente é de estudo e irá atrapalhar os demais. Um espaço como o proposto seria o meio adequado.

Esse espaço possibilitaria uma maior integração entre as iniciativas, quem sabe suprimindo a dificuldade de gestão também, pois haverá uma troca de informação importante, além de possibilitar um maior contato entre os cursos. Reforça-se aqui a atenção aos recursos que esse espaço poderia oferecer aos usuários, visto que cada universidade deveria realizar um levantamento para verificar o que é indispensável e até que ponto é possível atender essas demandas. Esse ambiente de trabalho poderá ser acessado através de reservas, como funciona hoje para diversos espaços e ter uma equipe gerenciando o local, como a exemplo acontece na biblioteca e alguns laboratórios.

Acredita-se que com a implantação dessas duas sugestões as universidades conseguem potencializar a presença dessas iniciativas, fomentando ainda mais o empreendedorismo. Essa participação mais ativa irá proporcionar um maior incentivo aos estudantes que de alguma forma querem fazer algo e contribuir com a universidade, bem como com a sociedade.

Por fim, destaca-se que essa pesquisa visou dar maior visibilidade ao movimento realizado pelos estudantes universitários da graduação e trazer que uma educação empreendedora é composta por diversos fatores, que se integram e com a falta de qualquer um deles, poderá comprometer toda a estrutura. Identificou-se que não há um alinhamento entre esse sistema e é necessário ainda mais a presença de mecanismos que possibilitem o desenvolvimento do empreendedorismo nas universidades.

## REFERÊNCIAS

- APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- AUDY, Jorge Luis Nicolas; MOROSINI, Marília Costa. **Inovação e empreendedorismo na universidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.
- BARON, Robert a.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Tradução AllTasks. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- BAUER, Martin W. GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 11. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.
- BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 24 ed. Petrópolis: Vozes, 1985. 248 p.
- BRASIL JÚNIOR. **O índice de Universidades Empreendedoras**. São Paulo, 2016. Disponível em: <[https://issuu.com/brasiljunior/docs/livro\\_pdf\\_sem\\_marcas\\_oficial](https://issuu.com/brasiljunior/docs/livro_pdf_sem_marcas_oficial)>. Acesso em: 20 set. 2017.
- BRASIL. Decreto nº 2.207, de 15 de Abril de 1997. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1997/decreto-2207-15-abril-1997-445065-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 22 set. 2017.
- CARVALHO, Luisa Margarida Cagica; VIANA, Adriana Backx Noronha; MANTOVANI, Daielly Melina Nassif. O papel da Fapesp no ecossistema empreendedor do Estado de São Paulo. **RACEF : Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, São Paulo, v. 7, 2016. Disponível em: <[http://www.fundace.org.br/revistaracef/index.php/racef/article/view/168/pdf\\_10](http://www.fundace.org.br/revistaracef/index.php/racef/article/view/168/pdf_10)>. Acesso em: 08 out. 2017.
- CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 11. ed. São Paulo: Cortez, 2010.
- COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba , v. 15, n. 2, p. 179-197, Apr. 2011 . Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-6552011000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552011000200002&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 05 out. 2017.
- COSTA, Maria Izaura Barboza de Matos. **Formação empreendedora no ensino superior: estudo da Faculdade de Ciência da Administração de Garanhuns - FAGA, no período de 2006 a 2010**. 2010. 178 f. Dissertação (Mestrado profissional em Gestão Pública para o desenvolvimento do Nordeste - MPANE) - Centro de Ciências Sociais Aplicada, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010. Disponível em: <[http://repositorio.ufpe.br:8080/bitstream/handle/123456789/7012/arquivo2623\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ufpe.br:8080/bitstream/handle/123456789/7012/arquivo2623_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 10 out. 2017.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**; tradução Luciana de Oliveira da Rocha. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p.

DAVID, Denise Elizabeth Hey; CARVALHO, Hélio Gomes de; PENTEADO, Rosângela Stankowitz. **Gestão de ideias**. Curitiba: Aymar, 2011.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Education, 2009.

DMITRUK, Hilda Beatriz. **Cadernos metodológicos: diretrizes do trabalho científicos**. 8. ed. Chapecó: Argos, 2012. 238 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução Carlos Malferrari. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

ENDEAVOR. **Índice de Cidades empreendedoras**. 03 dez. 2015. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/indice-cidades-empreendedoras-2015/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

ETZKOWITZ, H. Innovation in innovation: the triple helix of university-industry government relations. **Social Science Information**, , v. 42, n. 3, p. 293-337, 2003.

ETZKOWITZ, H; LEYDESDORFF, L. The dynamics of innovation: from National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university–industry–government relations. **ResearchPolicy**, v. 29, p. 9–23, 2000.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, p. 63-71, jul./set. 1991.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. 405 p.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. 127 p.

GELOG. [Site do Grupo de Estudos Logísticos]. Disponível em: <<http://www.gelog.ufsc.br/>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

GERBER, M. E. **O mito empreendedor**. São Paulo: Editora Saraiva, 1996.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 175 p.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mai./jun. 1995.

GOMES, Almiraiva Ferraz; LIMA, Juvêncio Braga de; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves. Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas. **Revista Alcance**, v. 20, n. 2, p. 203-220, 2013.

GRUBITS, Sonia; NORIEGA, José Angel Vera (org). **Método qualitativo: epistemologia, complementaridades e campos de aplicação**. São Paulo: Vetor, 2004.

GUERRA, M. J., GRAZZIOTIN, Z. J. Educação Empreendedora nas Universidades Brasileiras. In: LOPES, R. M. A. (org.). Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010, p. 67-91.

HASHIMOTO, Marcos; GRISI, Fernando Correa. A prática da formação de professores de empreendedorismo. In: Rose Mary Almeida (org). **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. p. 259-280.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 644 p.

ISENBERG, D. How to foment an entrepreneurial revolution. In: The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. **10th international Entrepreneurship Forum**, Bahrain. 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – **Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014**. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

LOPES, Rose Mary A. (org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

LOPES, Rose Mary Almeida (org). **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. 352 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARQUES, Alessandro; PIMENTEL, Daniel; DIDIER JR, Fredie; CAMARGO, João Vítor (orgs.). A lei das empresas juniores: estudos sobre o marco legal da educação empreendedora no ensino superior. Bahia: Editora Juspodivm, 2016.



MURAYAMA, Anna Yuri Miranda. **Coworking**: o que é isso?. Portal Brasil Escola. Disponível em: <<http://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/atualidades/coworking-o-que-isso.htm>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

NASCIMENTO, Décio Estevão do; JUNIOR, Silvestre Labiak. **Ambientes e dinâmicas de cooperação para inovação**. Curitiba: Aymará, 2011.

PADILHA, Simone (coord.). **Manual de trabalhos acadêmicos da Universidade Federal da Fronteira Sul**. Chapecó, 2014. 136 f.

PIMENTA, Raniery. **Empreendedorismo universitário na universidade empreendedora**. Universidade Potiguar. Disponível em: <<https://unp.br/noticias/artigo-empreendedorismo-universitario-na-universidade-empreendedora/>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Artur Tavares Vilas Boas. **Organismos estudantis e o incentivo ao empreendedorismo nas universidades brasileiras**. 2016. 112 f. Dissertação (Mestrado em Empreendedorismo) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12142/tde-16122016-163845/>>. Acesso em: 15 set. 2017.

RIBEIRO, Thiago. Ecossistema empreendedor: como fica o mito do empreendedor solitário?. **Soul Startups**. 09 set. 2015. Disponível em: <<http://blog.soulstartups.com.br/ecossistema-empreendedor-como-fica-o-mito-do-empreendedor-solitario/>>. Acesso em: 20 out. 2017.

SARKAR, Soumodip. **O empreendedor inovador**: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Italo Fernando. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Elisa Mabel Vieira da; OLIVEIRA, Ronald Silva de. Aprender a empreender: o estímulo do empreendedorismo nos bancos escolares e acadêmicos como fator de desenvolvimento e fortalecimento econômico e social de um país. **Práxis**, Novo Hamburgo, v. 1, p. 69-74, nov. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistapraxis/article/view/668>>. Acesso em: 08 out. 2017.

SILVA, Júlio Fernando da; PENA, Roberto PatrusMundim. O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da

educação empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.

SPELL. [Base de dados]. 2017. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/>>. Acesso em: 07 set. 2017.

TOSTA, Kelly Cristina Benetti Tonani. **A universidade como catalisadora da inovação tecnológica baseada em conhecimento**. 2012. 238 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Departamento de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012. Disponível em: <<http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2013/01/KellyCristina-BenettiTonaniTosta.pdf>>. Acesso em: 06 set. 2017.

UFFS. [Site da Universidade Federal da Fronteira Sul]. Disponível em: <<http://www.uffs.edu.br/>>. Acesso em: 13 out. 2017.

UFRGS. [Definição de construção social]. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/e-psico/subjetivacao/tempo/juventude-contrucao-social.html>>. Acesso em: 28 out. 2017.

UFSC. [Site da Universidade Federal de Santa Catarina]. Disponível em: <<http://ufsc.br/>>. Acesso em: 13 out. 2017.

UNIVERSITÁRIO não têm incentivo para empreender, revela pesquisa. **Agência Sebrae de Notícias**. 17 out. 2016. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/universitarios-nao-tem-incentivo-para-empreender-revela-pesquisa,02ad9983f93d7510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 01 out. 2017.

VASCONCELOS, A. M.; LEZANA, A. G. R. Modelo de ciclo de vida de empreendimentos sociais. **Revista de Administração Pública**, v. 46, n. 4, p. 1037-1058, 2012.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de pesquisa**. 2. ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2011. 134 p.

## APÊNDICE A – TÓPICO GUIA

Tópico Guia - Entrevista semiestruturada aplicada aos indivíduos com iniciativas empreendedoras na universidade, aplicada através de encontro presencial ou virtual via Hangouts.

Entrevista realizada através de 03 blocos de perguntas divididas em aspectos pessoais, origem da organização e a realidade vivenciada.

Abertura: comentários introdutórios sobre a pesquisa, agradecimento, situar sobre a solicitação de diversas experiências e pedido para a gravação, de forma a ser um registro útil para análise posterior. Fechar com a confirmação de compreensão da pesquisa!

Entrevistado (a):

Cargo:

Idade:

Curso:

### PESSOAL

1. Nome e breve apresentação pessoal
2. O que significa empreendedor para você? O que você relaciona com a palavra empreendedor?
3. O que você entende por empreendedorismo universitário? Dê exemplos.

### ORIGEM

4. Quantas pessoas estavam envolvidas na fundação da organização?
5. Quando você olha para o passado e recorda, como foi essa experiência? Poderia, por favor, falar sobre isso?
6. Quais foram as motivações para fundar a organização?
7. Qual foi o principal propósito da organização na sua origem?
8. Quais as principais dificuldades enfrentadas durante a fundação?
9. Qual a relação e como foi a aproximação de professores e alunos durante a fundação da organização?

**REALIDADE**

10. Quais atividades foram realizadas inicialmente pela organização?
11. Quais as principais dificuldades enfrentadas no decorrer das atividades?
12. Quais as principais contribuições identificadas e como isso é mensurado? Dê exemplos.
  - Na formação acadêmica e profissional dos participantes;
  - Na universidade em geral (interno);
  - Na sociedade em geral (externo);
13. Hoje o propósito inicial da organização se manteve? Dê exemplos.
14. Na sua percepção, como a universidade pode auxiliar no ecossistema de empreendedorismo da região em que está inserida?

## APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a), Você está sendo convidado(a) para participar da pesquisa — “Empreendedorismo universitário nas universidades federais de Santa Catarina”.

O objetivo deste estudo é: Analisar as iniciativas empreendedoras dos universitários nas universidades federais de Santa Catarina. Para atingir este, outros objetivos foram elencados, eles são os seguintes: a) Mapear as iniciativas empreendedoras dos universitários nas universidades federais de Santa Catarina; b) Verificar as motivações para a criação das iniciativas; c) identificar as dificuldades enfrentadas pelos estudantes em suas iniciativas; d) apontar as principais contribuições promovidas pelas iniciativas empreendedoras.

A sua participação consistirá em responder às perguntas que serão realizadas à todos os entrevistados. As entrevistas serão individuais, e com sua autorização, serão gravadas no formato áudio, para facilitar a análise das informações, contudo, somente o pesquisador e seu orientador terão acesso à integra das gravações. As informações obtidas durante essa pesquisa serão analisadas de modo coletivo e é assegurado o sigilo sobre sua participação naquelas informações que assim entender necessário.

**Pesquisador:** Andrei Moreira Neves E-mail: andreimoreiraneves@gmail.com;  
Telefone: (49) 99970-6786

**Orientador:** Humberto Tonani Tosta E-mail: humberto@uffs.edu.br

Declaro que entendi o propósito da pesquisa, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa e concordo em participar. O aceite no e-mail confirma a minha posição afirmativa.

Chapecó; Florianópolis/SC, Novembro de 2017.