

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**Diogo Goulart Estevam**

**ESTUDO DAS AÇÕES INDUTORAS AO EMPREENDEDORISMO EM UMA  
UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA**

**CRICIÚMA  
2017**

**Diogo Goulart Estevam**

**ESTUDO DAS AÇÕES INDUTORAS AO EMPREENDEDORISMO EM UMA  
UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientadora: Luciane de carvalho Pereira

**CRICIÚMA**

**2017**

**Diogo Goulart Estevam**

**ESTUDO DAS AÇÕES INDUTORAS AO EMPREENDEDORISMO EM UMA  
UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Luciane de Carvalho Pereira

Criciúma, 22 de outubro de 2017

**BANCA EXAMINADORA**

---

Professora Orientadora Luciane de Carvalho Pereira

---

Professor Examinador André Pais Topanotti

---

Professor Examinador Jean Peterson Rezende

## RESUMO

85626. **Estudo das ações indutoras ao empreendedorismo em uma universidade comunitária.** 2017. 43 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

O Empreendedorismo é conhecido como o processo de criação de um novo negócio, desde sua elaboração até a captação dos resultados. A formação empreendedora capacita o indivíduo aos desafios do mundo dos negócios, e essa formação vem por parte da experiência acadêmica, através de incentivos a cultura empreendedora e sua temática. Diante disso, o presente estudo teve como objetivo identificar e analisar as ações indutoras à cultura empreendedora para os estudantes dos cursos de graduação da UNESC. Com relação à metodologia utilizada, o trabalho caracterizou como uma pesquisa qualitativa quanto aos fins de investigação e pesquisa bibliográfica e de campo, quanto aos meios de investigação. A população alvo foi delimitada pelo total de presidentes dos centros acadêmicos da universidade estudada, que na qual são os representantes legais dos acadêmicos nos respectivos cursos. O estudo caracterizou-se por coleta de dados primários e técnica de coleta de dados qualitativa e quantitativa. O instrumento de coleta de dados foi um questionário aplicado via *Google Forms*, enviado diretamente para os presidentes dos centros acadêmicos.

**Palavras-chave:** Empreendedor. Empreendedorismo na educação superior. Universidades empreendedoras.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> – Características dos empreendedores mais citadas pelos pesquisadores .....	<b>20</b>
<b>Figura 2</b> – Fatores que influenciam no processo empreendedor.....	<b>26</b>
<b>Gráfico 1</b> – Índice de satisfação dos entrevistados perante as ações tomadas pela Unesc ao incentivo do empreendedorismo.....	<b>38</b>
<b>Gráfico 2</b> – Índice de satisfação dos entrevistados a respeito do interesse dos acadêmicos de seus cursos ao empreendedorismo.....	<b>38</b>

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Os empreendedores dos novos tempos .....	<b>23</b>
<b>Quadro 2</b> – As habilidades que são requisitos de um empreendedor .....	<b>25</b>
<b>Quadro 3</b> – Estruturação da população-alvo .....	<b>30</b>
<b>Quadro 4</b> – Cargos dos entrevistados na liderança universitária e motivações .....	<b>34</b>
<b>Quadro 5</b> – Entendimentos dos entrevistados sobre empreendedorismo.....	<b>35</b>
<b>Quadro 6</b> – Disciplina de empreendedorismo nos cursos dos entrevistados.....	<b>36</b>
<b>Quadro 7</b> – Iniciativas ligadas ao empreendedorismo no curso dos entrevistados..	<b>37</b>
<b>Quadro 8</b> – Novas ações para incentivar a cultura empreendedora.....	<b>39</b>

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**IBQP** – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

**SEBRAE** - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**GEM** – Global Entrepreneurship Monitor

**UNESC** - Universidade do Extremo Sul Catarinense

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
1.1 Situação problema .....	11
1.2 OBJETIVOS .....	11
<b>1.2.1 Objetivo geral</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>11</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	12
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
2.1 O EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS, DEFINIÇÕES, MODELOS E ABORDAGENS .....	14
<b>2.1.1 Definição de empreendedorismo: O processo</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.2 O surgimento do empreendedorismo</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.3 A história do empreendedorismo</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.4 A diferença entre empreendedor e empresário</b> .....	<b>18</b>
2.2 A CULTURA E OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES .....	19
<b>2.2.1 O perfil empreendedor</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2.2 Fatores externos influenciadores ao empreendedorismo</b> .....	<b>23</b>
<b>2.2.3 Os grandes empreendedores dos novos tempos</b> .....	<b>24</b>
2.3 O EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR: METODOLOGIAS E DESENVOLVIMENTO .....	25
<b>2.3.1 A educação empreendedora</b> .....	<b>25</b>
<b>2.3.2 A disciplina de empreendedorismo</b> .....	<b>26</b>
<b>2.3.3 Programas de empreendedorismo nas universidades</b> .....	<b>28</b>
<b>2.3.4 O acadêmico empreendedor</b> .....	<b>28</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>30</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	30
3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO ALVO .....	31
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS .....	32
3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS .....	33
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA</b> .....	<b>35</b>
4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	35
4.2 ENTENDIMENTOS SOBRE EMPREENDEDORISMO .....	37

4.3 FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DENTRO DA UNIVERSIDADE .....	38
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>44</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O objeto de pesquisa deste trabalho são os acadêmicos dos cursos de graduação de uma universidade comunitária no extremo sul catarinense, a UNESC (Universidade do Extremo Sul Catarinense) localizada em Criciúma, Santa Catarina. E a proposta de pesquisa é analisar a qualidade da formação empreendedora dos acadêmicos.

Pessoas ingressam em um curso de graduação por diversos motivos, tendo como o mais visível a busca pela qualificação profissional, esta qualificação servirá tanto para a entrada no mercado de trabalho quanto para a contínua evolução do profissional já atuante.

O tema empreendedorismo é de suma importância para aqueles que são ou querem ser gestores de seus próprios negócios ou até mesmo de organizações de terceiros. Empreendedorismo é um assunto nada incomum para estudantes de administração e gestão, porém profissionais de outras áreas como arquitetura, direito, medicina, odontologia entre outros, não estão vetados a serem administradores de seus escritórios e clínicas.

No Brasil o número de micro e pequenos negócios é muito maior se comparado a empresas de grande porte, isso mostra o quanto o brasileiro é interessado em empreender (GEM, 2017). Necessariamente para abrir o próprio negócio o empresário não precisa ter nenhuma formação acadêmica, mas é evidente que o mercado está cada vez mais exigente, sendo assim o profissional tende a se qualificar para melhor atender a demanda de consumidores.

Na idade contemporânea mais precisamente na era da informação, as inovações são imprescindíveis para o sucesso das empresas, por isso a nomenclatura aqui tratada se refere ao empreendedor que assim como o empresário pode ser dono do seu próprio negócio, porém tem em vista a busca contínua pela melhoria de seu negócio, assim tendo o tirador de pedido para a captação e consolidação dos clientes.

Este trabalho contemplará o levantamento de um estudo bibliográfico sobre o tema empreendedorismo, comparando-o com a coleta de informações sobre a vivência da formação acadêmica através das políticas indutoras da universidade.

Tendo como a abordagem final a análise dos dados coletados e a apresentação dos resultados e sugestões através da ótica da pesquisa.

## 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

A globalização trouxe incontáveis melhorias para o mundo, dentre elas o avanço tecnológico e científico, o fácil acesso às informações compartilhadas e entre outras a conectividade com as pessoas de todo o mundo.

Com esses avanços, a concorrência entrou em um parâmetro global, empresas que concorriam regionalmente agora passam a entrar no mercado mundial. Uma empresa pode ofertar seu produto ou serviço em vários países, e o consumidor já pode procurar o produto/serviço desejado em diversos ofertantes simultaneamente através da internet.

Esse contexto mostra o quanto a qualificação profissional é importante para o sucesso de um negócio. Pois as pessoas são o capital intelectual e o fator mais importante de uma organização. É uma universidade que traz a abordagem do cenário global para dentro dos cursos junto com a temática do empreendedorismo, forma profissionais capacitados as mudanças e inovações da era da informação tornando-os mais competitivos em suas carreiras (DORNELAS, 2005).

Portanto, este trabalho visa responder a seguinte pergunta da pesquisa: As políticas indutoras da cultura empreendedora estão sendo efetivas na formação do estudante e docentes dos cursos de graduação da UNESC?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Identificar e analisar as ações indutoras à cultura empreendedora para os estudantes dos cursos de graduação da UNESC.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Conhecer as ações que fomentam a cultura empreendedora na UNESC a partir do ponto de vista dos estudantes;

- b) Comparar a visão de estudantes sobre os principais comportamentos empreendedores desenvolvidos no contexto dos projetos pedagógicos e das disciplinas de empreendedorismo;
- c) Discutir, sob a ótica da pesquisa, alternativas, ações e sugestões que possam ampliar as oportunidades de fomento da cultura empreendedora na UNESC.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

Um estudo das políticas indutoras ao empreendedorismo nos cursos de graduação na UNESC é totalmente significativo para momento em que está sendo elaborado. O tema empreendedorismo vem crescendo cada vez mais e a importância da qualificação do processo da cultura empreendedora é fundamental, pois solidifica os bons resultados e constrói estratégias de melhoria na instituição, trazendo benefícios para a própria universidade, para os acadêmicos e para a comunidade de modo geral.

Este trabalho contribuirá para futuros projetos sobre o empreendedorismo, auxiliando como mais uma fonte de pesquisa, pois se trata de um assunto requisitado e procurado por diversas pessoas que desejam se aperfeiçoar no mundo dos negócios, além de que trata com especificidade o desenvolvimento empreendedor dentro da formação acadêmica.

Não importando o curso escolhido, o estudante na educação superior que compreender a abordagem do empreendedorismo e desenvolver seu espírito empreendedor não terá só na bagagem curricular ou acadêmica uma temática importante, ele também terá a capacidade de planejar, inovar e desenvolver projetos eficientes em sua área de atuação.

O estudo mostrara para universidade a sua realidade atual, podendo indicar pontos de melhoria, para que com a ação correta possam ser corrigidos. Além de possivelmente trazer à tona alguma oportunidade escondida que poderá ser implementada na universidade para uma melhor formação empreendedora.

Assim a universidade poderá entregar à comunidade um graduado capaz de gerenciar empresas com efetividade, trazendo mais investimento, inovação e desenvolvimento para a região, tornando-a um polo de negócios bem-sucedidos.

Os gestores empreendedores que estarão à frente dos negócios, trarão melhorias através soluções eficazes para as empresas, e isso automaticamente

refletira na economia, gerando desenvolvimento para o país.

Para o autor deste trabalho, o projeto representa uma grande importância em sua carreira acadêmica, justamente pelo fato do tema abordador ser de total interesse para sua atuação profissional. Sendo ele também o atual presidente do centro acadêmico de administração de empresas e comércio exterior da UNESC, o trabalho mostra a sua preocupação com a formação acadêmica empreendedora que a universidade oferece para os acadêmicos de todos os cursos de graduação.

Considerando a grande importância que o tema empreendedorismo carrega para as inovações no mundo dos negócios, este trabalho contemplará um estudo importante para a literatura em geral, agregando mais uma monografia de valor para o tema.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A fundamentação teórica consiste na revisão e transcrição de livros, artigos científicos, revistas, entre outros materiais que possam trazer todo o conhecimento necessário para compreender e sustentar a temática abordada. Assim, a fundamentação teórica através dos aspectos teóricos de outros autores apresenta a base para a análise e interpretação dos dados apresentados no final deste trabalho (MELLO, 2006).

Este capítulo explana a essência do empreendedorismo, seus conceitos e definições, sua história e evolução. Além de, apresentar a cultura e o comportamento empreendedor e finalizando com a cultura empreendedora dentro da educação superior.

### **2.1 O EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS, DEFINIÇÕES, MODELOS E ABORDAGENS**

Apresentar os fundamentos teóricos do empreendedorismo, revela sua história e mostra como é difundida a temática atualmente, trazendo para a pesquisa deste trabalho uma linguagem clara e objetiva do crescimento e desenvolvimento de um modo geral do universo empreendedor.

#### **2.1.1 Definição de empreendedorismo: O processo**

Baron e Shane (2007) definem o empreendedorismo como um processo. Por não se tratar de um evento único e isolado, como o reconhecimento de uma oportunidade de negócio ou a fundação de uma empresa. Os autores também frisam que definições podem ser traiçoeiras, ainda mais para o empreendedorismo por se tratar de um tema complexo.

Baron e Shane (2007) dizem que compreender o que é empreendedorismo não é uma tarefa tão simples em função da sua complexidade, pode-se, assim, definir empreendedorismo como um processo empreendedor ou uma sistematização em áreas de negócio, com início meio e fim:

- a) Geração de uma ideia;

- b) Captação de recursos;
- c) Prototipagem;
- d) Pré-teste;
- e) Lançamento;
- f) Administração;
- g) Resultados;
- h) Avaliação.

Dornelas (2005) também traz o conceito de processo para a definição de empreendedorismo, onde juntamente com o envolvimento de pessoas, levam à transformação de ideias em oportunidades. E essas oportunidades levam a criação de negócios de sucesso.

### **2.1.2 O surgimento do empreendedorismo**

O economista Joseph Schumpeter (1883-1950) em 1949, idealizou o termo empreendedorismo, designando a um executivo empresarial com elevada criatividade, que sabe conseguir resultados através da inovação (OLIVEIRA, 2014).

Em 1950, Peter Drucker (1909-2005), completa afirmando que o empreendedorismo exige certo nível de risco considerável no negócio, por se tratar justamente da realização de algo novo e inexplorado (OLIVEIRA, 2014).

O termo empreendedorismo pode ser datado, mas a sua origem vem de muito antes. Levando em consideração a sua definição, O empreendedorismo existia onde havia alguém criando uma solução através de uma inovação. E segundo Oliveira (2014), Richard Cantillon (1680-1734) já estudava o empreendedorismo em 1734, analisando a forma de atuação de pessoas na constituição e desenvolvimento de empresas.

Para Dornelas (2005) o primeiro exemplo que pode ser chamado de empreendedorismo foi creditado a Marco Polo, que ao tentar estabelecer uma rota comercial para o Oriente assinou um contrato com um homem que possuía muito dinheiro, para vender as mercadorias deste. Enquanto o homem rico era alguém que assumia riscos de forma passiva, Marco Polo era o aventureiro empreendedor que assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais.

### 2.1.3 A história do empreendedorismo

Dornelas (2005) faz uma análise histórica sobre o surgimento e a história do empreendedorismo. Como citado anteriormente ele dedica o primeiro uso do termo empreendedorismo a Marco Polo. Já na idade média o termo empreendedor era usado para definir gerentes de grandes projetos, apesar de não assumir grandes riscos.

No século XVII o empreendedorismo e a relação com assumir riscos ganhou mais força. Quando o empreendedor fazia acordos com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Naquela época os preços eram prefixados, então qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor (DORNELAS, 2005).

Já no início do século XX, os empreendedores eram frequentemente confundidos com os gerentes, empresários ou administradores. O que para Dornelas (2005) ocorre até nos dias atuais. Sendo analisados no ponto de vista econômico, através das tarefas de organizar, planejar e controlar ações desenvolvidas nas organizações. (DORNELAS, 2005).

Poder diferenciar o empreendedor do administrador, empresário e gerente é de suma importância para o entendimento da dinâmica do empreendedorismo. Essa diferença é citada nos subcapítulos abaixo.

#### 2.1.3.1 O empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2005), no Brasil praticamente não se falava em empreendedorismo ou em criação de micro e pequenas empresas, mas em 1990, o empreendedorismo tomou força no país, com o surgimento de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira de para Exportação de Software (SOFTFLEX).

O SEBRAE principalmente, foi fundamental para o avanço do empreendedorismo no Brasil. Que auxilia até hoje micro e pequenas empresas com seus planos de negócios, prestando consultoria para resolver problemas pontuais do negócio e entre outros disponibilizando cursos preparatórios, para a gestão empreendedora (DORNELAS, 2005).

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) executado pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) de caráter mundial é um programa de pesquisa anual com início em 1999, que é baseado em avaliações sobre o nível de atividade empreendedora nacional para todos os países participantes (IBQP, 2017). Revelou em um estudo, que em 2015, quatro a cada dez brasileiros adultos têm uma empresa ou estão envolvidos com a criação de uma. A mesma pesquisa mostrou que a taxa de empreendedorismo no Brasil foi de 39,3%, o maior índice do país nos últimos 14 anos. Mostrando-se ser o país com a maior taxa de empreendedorismo entre os mais de cem associados à GEM (SEBRAE, 2016).

Em 2016 o resultado caiu para 34,5%, mesmo assim segue em alta, mas ainda há um nível elevado de empreendimentos por necessidade, impulsionados pela atual situação econômica difícil que o país se encontra (GEM, 2017).

### 2.1.3.2 O empreendedorismo no Mundo

Segundo Oliveira (2014) para entender a realidade atual do empreendedorismo primeiro é necessário focar em dois aspectos. O primeiro é comparar o número de novos negócios que estão surgindo, com os níveis gerais de sobrevivência e de morte das empresas. Em segundo, o aspecto dos empreendedores que decidem construir uma nova empresa.

Para Oliveira (2014) um fator relevante a ser evidenciado é o que grande parte das empresas é familiar, e neste contexto empresarial os filhos herdam o empreendimento do pai assumindo e dando continuidade ao negócio familiar. O autor também alerta que se deve considerar que apenas 30% das empresas familiares, em média, sobrevivem à primeira geração, tendo os principais fatores causa: Venda do Negócio, perda de interesse da família pelo negócio, desafios que os familiares não têm competência de suplantar, conflitos familiares e má qualidade administrativa do negócio.

Oliveira (2014) tendo a visão das gerações de pai para filho que os negócios familiares tomam, descreve a lógica da trilogia das gerações no mundo empresarial: “Avô empreendedor, pai rico e filho pobre”

#### **2.1.4 A diferença entre empreendedor e empresário**

Empreendedor e empresário são palavras muito parecidas e geralmente associadas à mesma coisa. Machado (2013) afirma que nem todo empreendedor é um empresário e nem todo empresário é empreendedor. E muitas pessoas confundem as duas definições, justamente porque desconhecem as características de ambos. A maioria delas acha que empreendedor e empresário é quem abre um negócio. Demetrio (2017) completa dizendo que existem empreendedores que falham justamente por não serem empresários, o mesmo acontece com empresários que não possuem o espírito e as ações de um empreendedor.

Entender a diferença entre ambos é significativa para dar as diretrizes do perfil que este trabalho busca estudar. Neste caso, as características do empreendedor. Para Demetrio (2017) essa diferenciação ajuda o indivíduo saber em qual posição se encontra. Para que possa então reconhecer quais são seus desafios de personalidade no mundo dos negócios.

##### **2.1.4.1 Empresário**

Como conta no Dicionário Aurélio de Português Online (2016), o empresário é o dirigente de uma empresa, e está diretamente relacionado ao negócio. Entende-se então que o empresário é aquele que se dispõem a ariscar o seu dinheiro ou outros tipos de investimentos para obter lucros esperados através de um negócio (DEGEN, 2013).

O Art. 966 do código civil Brasileiro considera o empresário o profissional que exerce atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços (BRASIL, 2002).

O Doutor em Direito internacional e advogado Pinto (2013) traduz o código civil, extraindo os principais elementos que caracterizam o conceito de empresário: economicidade; organização; profissionalidade; assunção do risco, que também é uma das características principais do empreendedor; e direcionamento ao mercado. Completando ainda que a figura do empresário é importante, mas a organização deve levar o protagonismo como papel mais importante.

Para saber de fato quem é empresário pode-se trazer como exemplo a procura por um médico em seu consultório, o cliente não está procurando a organização, e sim o profissional pela sua capacidade intelectual que resolver o problema. Assim a organização assume o papel secundário em relação a atividade pessoal do profissional. O que não caracteriza o médico como um empresário (PINTO, 2013)

#### 2.1.4.2 Empreendedor

A palavra empreendedor deriva da palavra inglesa *entrepreneur*, que, por sua vez foi derivada do francês antigo, *entrependre*, formada pela junção de outras duas palavras: *entre*, do latim *inter* (reciprocidade) e *preneur*, do latim *prehendere* (comprador). A junção das duas palavras em francês significa simplesmente *intermediário* (DEGEN, 2013).

O conceito empreendedor descreve os indivíduos que assumem riscos com a visão de iniciar novos negócios. O empreendedor também é conhecido por perseguir oportunidades independentemente dos recursos que tenha disponível e de que tem controle. Assim os empreendedores formulam ideias e planejamentos para a implementação do projeto de inovação de negócio, sozinho ou em parceria. (BUCHA, 2009).

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais (DORNELAS; ASSIS et al., 2005, p. 39).

Dengen (2013) completa dizendo que diferente do empresário que tem como a busca e intenção máxima o lucro obtido pelo empreendimento realizado, o empreendedor tem como sua verdadeira realização a conquista de ver sua ideia concretizada em seu negócio.

## 2.2 A CULTURA E OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES

Para que seja possível identificar se as ações tomadas pela UNESC em que estimulam os acadêmicos a serem empreendedores estão sendo efetivas, ou até mesmo se elas existem ou em que nível estão. Que é um dos objetivos deste

trabalho, é necessário antes, entender os comportamentos e a cultura dos empreendedores e para onde se encaminha o futuro do empreendedorismo.

### **2.2.1 O perfil empreendedor**

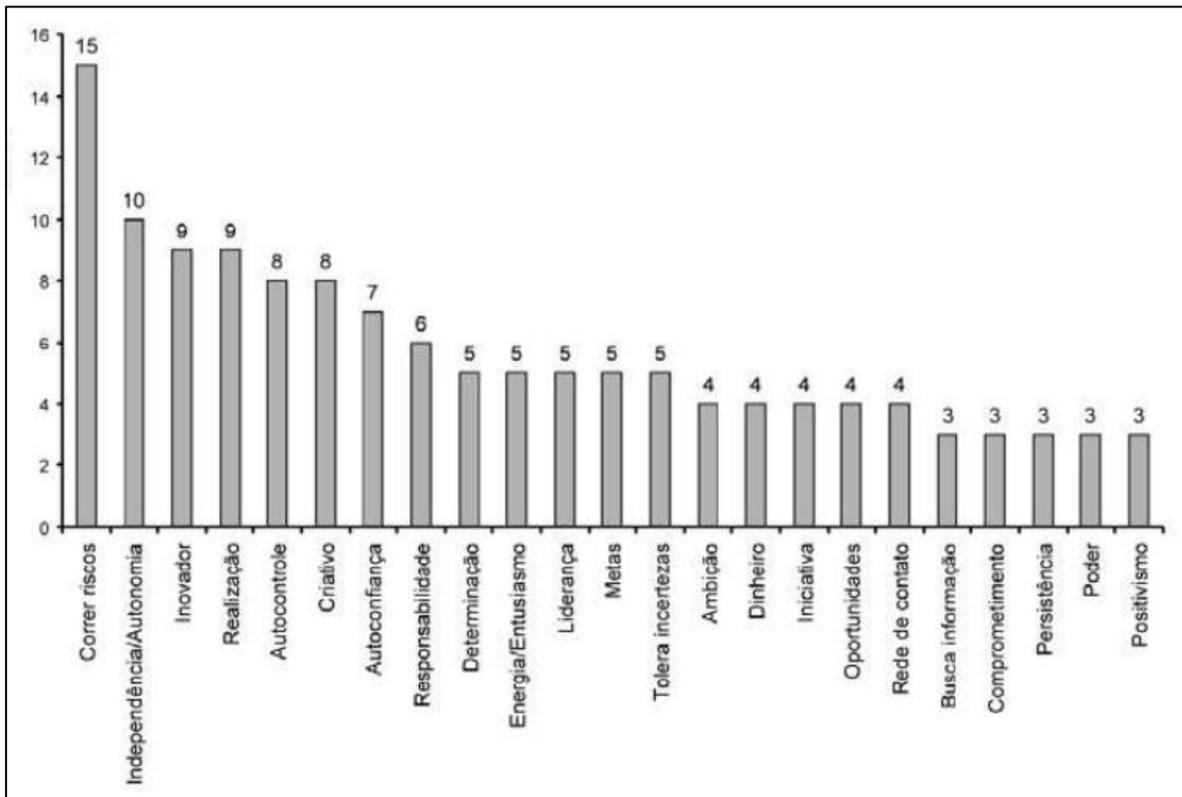
Nos conceitos vistos anteriormente pode-se concretizar que o empreendedor é aquele que cria um negócio para capitalizar ele, através de uma oportunidade detectada, assumindo riscos calculados (DORNELAS, 2005).

Com esses conceitos e descrições pode-se elencar três características básicas para identificar o empreendedor. Que segundo Dornelas (2005) são aspectos referentes ao empreendedor encontrados em qualquer definição de empreendedorismo:

- a) Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- b) Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive.
- c) Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Algumas palavras chave que podem ser usadas para identificar os valores de um empreendedor: Iniciativa, paixão, criatividade, transformador, assume riscos e não tem medo de fracassar.

FIGURA 1 – Características dos empreendedores mais citadas pelos pesquisadores



Fonte: Dornelas, 2005

O gráfico acima de Dornelas (2005) que mostra quais são as principais características do perfil empreendedor citadas pelos pesquisadores do tema mostra que correr riscos é a mais citada, seguida por independência e inovador, tendo o dinheiro com apenas 4 citações. Indicando que o empreendedor foca muito mais na sua “aventura” no mundo dos negócios e sua experiência profissional do que na busca por dinheiro.

Já Oliveira (2014) apresenta os oito tipos de perfil de empreendedor existentes. Porém vale lembrar a pessoa pode mudar o seu perfil empreendedor dependendo da situação econômica, social e financeira que se encontra, dentre outros fatores. São eles:

a) **Empreendedor externo:** ou independente é aquele que cria e participa estrategicamente de todo o processo empreendedor de um novo negócio, apresentando resultados positivos, através de otimizações, inovações e renovações. É o empreendedor externo que administra todo o nível de risco do empreendimento. Geralmente o empreendedor externo é também o empresário, e é considerado o perfil de empreendedor perfeito ou mais adequado.

b) **Empreendedor interno:** é o funcionário de uma empresa que tem inteligência e iniciativa promover e aplicar soluções empreendedoras no negócio.

c) **Pseudoempreendedor:** esse tipo de empreendedor pensa que é um empreendedor interno, mas não é. Bem como passa a vida sonhando em se tornar um empreendedor externo, mas nunca chega lá. Esse tipo altamente frustrante de empreendedor existe porque falta um dos requisitos básicos do perfil empreendedor no indivíduo, que é a atitude. Porém, vale lembrar que a pessoa para ter felicidade e sucesso na vida profissional e pessoa não precisa ser um empreendedor.

d) **Empreendedor por iniciativa:** é o aventureiro que se arisca no ramo do empreendedorismo, porém não tem uma boa ideia de empreendimento ou até tem a ideia, mas ela não está bem consolidada e não tem a capacidade de sustentar o negócio, portanto geralmente o empreendedor por iniciativa acaba “quebrando a cara”.

e) **Empreendedor por necessidade:** este é o tipo mais comum de empreendedor. O empreendedor por necessidade é aquele que “atira para todos os lados” inclusive para o empreendedorismo, quando sua carreira profissional passa por momentos difíceis. Geralmente esse perfil surge quando a pessoa é demitida de um emprego e usa o dinheiro da saída da empresa em que trabalhava para implantar a ideia de um negócio que já vinda trabalhado em sua mente. Porém como não possuem muitas das características dos empreendedores como inteligência, criatividade, paixão, e forte capacidade de assumir riscos controlados. Acabam desistindo de seus negócios ou levando-os a ruína em pouco tempo.

f) **Empreendedor de renovação:** é o profissional que reinventa um negócio ou produto/serviço, aumentando o seu ciclo de vida. Esse tipo de empreendedor possui fortemente as características de Inovação, criatividade e renovação em seu perfil. Possivelmente esse empreendedor poderá, um dia, se consolidar como empreendedor externo ou independente.

g) **Empreendedor estrategista:** é aquele que está constantemente atento e interativo aos fatores externos ou não controláveis, assim possui a capacidade de desenvolvimento estratégico, visando otimizar seu empreendimento se fortalecendo com as oportunidades e se protegendo das ameaças dos fatores externos. Na prática, o ideal é que todo empreendedor também seja estrategista

h) **Empreendedor estadista:** esse perfil otimiza o estilo e modelo de administração do empreendedor estrategista, trabalhando as questões dos fatores externos, tendo a visão de melhoria não só para o seu negócio, mas também como contribuição de maior ou menor escala, para o desenvolvimento e sustentabilidade consciente da região de um país e da economia como um todo.

### 2.2.2 Fatores externos influenciadores ao empreendedorismo

Existem fatores externos que fogem ao controle do indivíduo como ameaças e oportunidades que podem determinar algum tipo de influência positiva ou negativa no processo de desenvolvimento do perfil empreendedor (OLIVEIRA, 2014).

Oliveira (2014) elenca alguns fatores, que são os mais evidentes e comuns na influência da criação e desenvolvimento do perfil empreendedor. Aqui estes fatores serão apresentados com uma breve explicativa:

a) **Situação econômica:** Econômica estável e em crescimento traz tranquilidade em situações financeiras. Já a economia instável e em queda pode trazer desemprego ou uma oportunidade de empreendedorismo como alternativa para a sobrevivência das pessoas e empresas.

b) **Incentivos regionais:** Burocracia, impostos, valor da mão de obra ou incentivos em determinados produtos ou serviços.

c) **Modelos de novos negócios:** Modelos de novos negócios geralmente baseados em sistemas de franquias, podem proporcionar outras oportunidades de criação de novos negócios de apoio ou de concorrência.

d) **Desemprego:** A situação do desemprego só cria o perfil de empreendedor por necessidade. Com seus negócios geralmente destinados ao fracasso. Considerando também a realidade do país, com fortes oscilações econômicas e sua taxa de mortalidade de empresas.

e) **Nível de relacionamentos:** Quando o indivíduo se relaciona com pessoas empreendedores suas chances de adquirir conhecimentos sobre o empreendedorismo e a criação de novos negócios se torna maior e com chances menores de fracasso. Porém essas chances de fracasso podem aumentar se a pessoa se entusiasmar muito e não fazer autoanálises quanto a sua capacidade empreendedora.

### 2.2.3 Os grandes empreendedores dos novos tempos

O Globo (2012) publicou em sua página na internet um artigo sobre os 12 maiores empreendedores dos novos tempos, nesta lista são nomeados grandes empreendedores que colocaram suas ideias em prática e revolucionaram o mercado. Citar essas pessoas que impactaram o mundo mostra a importância do empreendedorismo na história, já que esses empreendimentos criados deram um novo rumo até mesmo para padrões de vida e do cotidiano da sociedade.

Com base neste artigo foi criado um quadro que descreve os empreendedores e seus feitos:

QUADRO 1 – Os empreendedores dos novos tempos

EMPREENDEDOR	EMPRESA	CONSELHO
Steve Jobs	Apple	Rejeitar as pesquisas de mercado e os grupos de foco
Bill Gates	Microsoft	Encontrar pessoas muito espertas e criar equipes pequenas
Fred Smith	FedEx	Confiar nos gerentes
Jeff Bezos	Amazon	Fazer minifugas regularmente
Larry Page e Sergey Brion	Google	Não poupar gastos na inovação
Howard Schltz	Starbucks	Sempre desafiar os velhos métodos
Mark Zuckerberg	Facebook	Ser um pouco paranoico
John Mackey	Whole Foods	Os propósitos inspiram as pessoas
Herb Kelleher	Southwest Airlines	Os funcionários vêm em primeiro lugar
Narayana Murthy	Infosys	Sacrifícios hoje, recompensa amanhã
Sam Walton	Wal-Mart	Dar às pessoas o que elas querem
Muhammad Yunus	Grammeen Bank	Os pequenos presentes podem ter grandes impactos

Fonte: O Globo, 2012.

No quadro, estão apresentados alguns empreendedores como pessoas fortemente ligadas as inovações do mundo da tecnologia. Como Steve Jobs co-fundador da Apple, Mark Zuckerberg, criador do Facebook e Bill Gates, fundador da Microsoft. Assim mostrando que o investimento em tecnologia pode muitas vezes ser um bom negócio.

Dentre as principais características do perfil empreendedor essas pessoas possuem a capacidade de assumir riscos, pois muitos deles criaram ramos e

produtos novos e inovaram em segmentos de mercado de forte concorrência (O GLOBO, 2012).

## 2.3 O EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR: METODOLOGIAS E DESENVOLVIMENTO

Quando se fala em empreendedorismo na educação superior é fundamental levar em consideração a capacidade das instituições educacionais de se adaptarem as tendências do mercado, que exige inovação, na busca da formação de um profissional altamente qualificado.

A Escola de educação toda um papel muito importante neste quesito. Já que pretende formar profissionais para o mercado de trabalho capacitados para atender as necessidades da sociedade. E é aí que entra o empreendedorismo na universidade, seu papel é de criar profissionais capazes de tomar decisões difíceis, de inovar, criar e assumir riscos.

### 2.3.1 A educação empreendedora

É possível ensinar empreendedorismo? Existia uma crença que todo empreendedor era inato, que nascia com um diferencial e era prestigiado e “abençoado” ao sucesso no mundo dos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender (DORNELAS, 2005).

Mas esse discurso mudou, não passava de um mito. As pessoas podem sim aprender a ser empreendedoras e o empreendedorismo pode ser ensinado. Acredita-se que esse ensinamento pode ser passado e aprendido por qualquer pessoa. Os empreendedores inatos existem e são referência de sucesso, mas muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras. É claro que o ensino não garante o sucesso, pois, o sucesso depende de muitos fatores internos (controláveis) e externos (não controláveis) e até mesmo de um pouco de sorte. No entanto, o ensino de empreendedorismo poderá ajudar na formação de melhores empresários, empresas e contribuir com a geração de riqueza (DORNELAS, 2005).

### 2.3.2 A disciplina de empreendedorismo

Deve-se entender quais são os objetivos da disciplina de empreendedorismo, pois os cursos podem diferir de universidade para universidade, ou até mesmo de graduação para graduação. Para Dornelas (2005) todo curso de empreendedorismo deve ter em seu foco em alguns objetivos específicos independentemente do contexto onde o aluno está inserido, como curso de graduação ou universidade. São eles:

- a) Foca na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor;
- b) Na identificação e análise de oportunidades;
- c) Em como ocorre a inovação e o processo empreendedor;
- d) Na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico;
- e) Em como preparar e utilizar um plano de negócios;
- f) Em como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio;
- g) E em como gerenciar e fazer a empresa crescer.

As habilidades pré-requisitos de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: técnicas, gerenciais e características pessoais. Que para Dornelas (2005) servem como base para ementa de um curso de empreendedorismo.

Segundo a descrição das habilidades dentro de cada área técnicas citadas por Dornelas foi criado o quadro abaixo:

Quadro 2 – As habilidades que são requisitos de um empreendedor

ÁREA	HABILIDADE
Técnica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ter boa escrita</li> <li>• Saber ouvir as pessoas e captar as informações</li> <li>• Ser um bom orador</li> <li>• Ser organizado</li> <li>• Saber liderar e trabalhar em equipe</li> <li>• Possuir know-how técnico na sua área de atuação</li> </ul>

<b>Gerencial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação</li> <li>• Desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa</li> <li>• Gerenciamento em Marketing, administração, finanças, produção e operações</li> <li>• Tomada de decisão</li> <li>• Controle das ações da empresa</li> <li>• Ser um bom negociador</li> </ul>
<b>Características pessoais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser disciplinado</li> <li>• Assumir riscos</li> <li>• Ser inovador</li> <li>• Ser orientado a mudanças</li> <li>• Ser persistente</li> <li>• Ser um líder visionário</li> </ul>

Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador baseado no autor. (DORNELAS, 2005)

A decisão de tornar-se empreendedor pode muitas vezes ocorrer aparentemente por acaso. Dornelas (2005) afirma que muitas pessoas não saberiam responder o que as levou a criar a sua empresa. Pois essa decisão na verdade surge frequentemente devido os fatores externos, ambientais e sociais. Ou a somatória dos dois, fatores externos e vontade própria de montar um negócio. O processo empreendedor inicia quando é impulsionado por um desses fatores. E é importante o empreendedor ter as habilidades elencadas acima para que o processo empreendedor siga seu fluxo com uma melhor eficácia. A Figura 1 mostra os fatores internos e externos que podem influenciar o processo empreendedor.

FIGURA 2 – Fatores que influenciam no processo empreendedor



Fonte: Dornelas, 2005

### **2.2.3 Programas de empreendedorismo nas universidades**

Além da disciplina de empreendedorismo com sua ementa colocada por Dornelas (2005), as universidades podem também investir em programas voltados ao empreendedorismo. Esses programas universitários serviriam como complemento a formação acadêmica como atividades extracurriculares, mas tendo como papel principal a contribuição da formação empreendedoras do acadêmico. Levando o aluno até a prática, trabalhando em projetos, incentivando a criatividade e a administração de empreendimentos.

A UNESC (2017) que é a universidade objeto deste estudo, possui o Núcleo de Empreendedorismo, que é um Projeto Institucional que tem os objetivos citados no parágrafo acima, que são os de potencializar a educação empreendedora, através de capacitação e apoio a transformação do conhecimento em novos negócios. Que contribuem tanto para o acadêmico quanto para a universidade e comunidade.

### **2.2.4 O acadêmico empreendedor**

Para que o acadêmico tenha sustentação no mundo dos negócios como empreendedor ele deve ter a capacitação de uma aprendizagem gradativa ao longo do tempo, de um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes. Que serão aplicadas no desenvolvimento e consolidação de um empreendimento (OLIVEIRA, 2014).

O acadêmico que deseja se tornar empreendedor e busca essa mudança, tem que ter a consciência de algumas transformações inevitáveis em sua vida profissional:

- a) Trabalhar com constante pressão é inevitável;
- b) O empreendedor é seu próprio patrão e empregado;
- c) A trilha dos horários acaba;
- d) A renda, normalmente, fica variável;
- e) Tem que aprender a lidar com pessoas e os consequentes conflitos;
- f) Deve exercer a liderança absoluta, para não perder o controle das situações, conflituosas ou não, que se lhe apresentam;

- g) Tomar decisões é o seu maior desafio;
- h) Assume riscos financeiros a todo instante, podendo envolver o patrimônio da família;
- i) Conviver com a incerteza é a sua única certeza;
- j) A vida pessoal e profissional do empreendedor estão completamente interligadas.

O empreendedorismo dentro das universidades é um processo contínuo e que se apresenta como uma via de mão dupla: Se de um lado a universidade incentiva ações e acadêmicos empreendedores, por outro lado o próprio acadêmico é o agente de mudança que instiga a instalação, difusão e o desenvolvimento do empreendedorismo.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os métodos são as ferramentas que são utilizadas para se chegar ao resultado esperado. O método tem como objetivo obter a veracidade através das hipóteses, que explica o que está acontecendo, o mesmo é composto por várias atividades que são utilizadas para conseguir um determinado objetivo, determinando o que deve ser feito, detectando falhas e ajudando nas decisões (MARCONI; LAKATOS, 2007).

Nas seções seguintes estão contemplados os procedimentos metodológicos utilizados para realização desta pesquisa com a definição da população alvo, plano de coleta de dados e plano de análise dos dados.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Quanto aos fins de pesquisa, as pesquisas podem ser: a) exploratória, b) descritiva, c) explicativa e d) aplicada. Quanto aos meios de investigação existem as seguintes pesquisas: a) pesquisa de campo, b) pesquisa de laboratório, c) documental, d) bibliográfica, e) experimental, f) *ex post facto*, g) participante, h) pesquisa-ação e i) estudo de caso (VERGARA, 2009).

Quanto aos fins, um dos tipos escolhido para a realização desta pesquisa qualitativa enquadra-se como exploratória. Ela “é realizada em áreas na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa” (VERGARA, 2009, p. 42).

A pesquisa descritiva preocupa-se em avaliar, monitorar e descrever fatos com o intuito de investigar, registrar e relacionar fatores específicos ao tema em estudo. Este tipo de pesquisa busca apenas compreender os fenômenos envolvidos ao problema. Desta forma, analisa variáveis e aponta outros aspectos relacionados no processo como forma de aprofundamento da pesquisa (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

A pesquisa explicativa é um tipo de investigação que dá ao autor a liberdade em explicar algo, esclarecer e tornar de fácil entendimento aquilo que está sendo pesquisado. Portanto, é um tipo de pesquisa que busca encontrar explicações

para tal fato ou fenômeno em estudo e pode estar baseado na pesquisa descritiva, por exemplo (VERGARA, 2009).

Esta pesquisa busca compreender as situações ligadas ao empreendedorismo na Universidade e explicar as ações levantadas.

A pesquisa descritiva busca conhecer as diversas situações e relações que ocorreram na vida social, política, econômica, e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

O presente estudo também foi desenvolvido e baseado numa pesquisa bibliográfica porque se utilizou de referenciais teóricos encontrados em livros, artigos e dissertações. A pesquisa bibliográfica é a que se efetua tentando-se resolver um problema ou adquirir conhecimentos a partir do emprego predominante de informações advindas de material gráfico, sonoro e informativo (BARROS; LEHFELD, 2000)

### 3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO ALVO

A definição da população-alvo consiste em delimitar pessoas, organizações ou fenômenos dos quais serão pesquisados por características básicas como sexo, faixa etária, empresas e localização (MARCONI; LAKATOS, 2007).

Abaixo se apresenta uma síntese da estruturação da população-alvo de acordo com o objetivo geral deste estudo.

Quadro 3 – Estruturação da população-alvo.

OBJETIVO GERAL	PERÍODO	EXTENSÃO	UNIDADE DE AMOSTRAGEM	ELEMENTO
Identificar e analisar as ações indutoras à cultura empreendedora a partir do ponto de vista das lideranças acadêmicas dos cursos de graduação da UNESC.	Segundo semestre de 2017	Universidade do Extremo Sul Catarinense	Cursos de graduação da UNESC	Lideranças acadêmicas (Presidentes de centros/diretório acadêmicos)

Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador (2017).

A população-alvo foi definida a partir da totalidade dos Centros Acadêmicos dos Cursos de graduação da Universidade do Extremo Sul Catarinense (32 centros acadêmicos), segundo dados fornecidos pelo Diretório Central de Estudantes - DCE UNESC. Os presidentes dos centros acadêmicos foram escolhidos para compor a população-alvo desta pesquisa por serem os representantes legais dos acadêmicos de seus respectivos cursos, possuindo vaga em reuniões de colegiado, junto aos professores e coordenação do curso e no conselho das entidades de base, que nada mais é do que a reunião entre os presidentes dos centros acadêmicos e o presidente do DCE. Além de participarem e criarem projetos acadêmicos e propõem melhoria para seus cursos e universidade. Assim tendo conhecimento sobre os temas e a realidade de seu curso de graduação.

### 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

O plano de coleta de dados refere-se às técnicas utilizadas pelo pesquisador para realizar a coleta de dados e informações pertinentes ao estudo. Para isso, é necessário definir qual será o tipo de fonte de dados utilizada pelo autor para a realização desta etapa do estudo. Essas fontes de informação são importantes para se realizar o levantamento dos dados adequados, que corresponderão ao propósito do tema, objetivos e problema identificados para o projeto. Estas fontes classificam-se em dois tipos: fontes primárias e fontes secundárias. O estudo está baseado nestes dois tipos de fontes de dados, que a seguir serão explanados (CHIZZOTTI, 2001).

As fontes primárias são aquelas que ainda não foram coletadas, analisadas, interpretadas ou pesquisadas antes. Este tipo de pesquisa pode originar outros estudos, já que, constituem as fontes utilizadas por pesquisadores para a realização das pesquisas documentais (MARCONI; LAKATOS, 2007).

As fontes secundárias representam a possibilidade que o pesquisador terá em coletar dados antes já pesquisados e interpretados por outros autores. As fontes secundárias constituem-se como a fonte principal para desenvolver as pesquisas bibliográficas (MARCONI; LAKATOS, 2007).

Para a coleta de dados primários foi realizada a aplicação de um questionário via *Google Forms*, enviado através de e-mail diretamente para as lideranças dos Centros Acadêmicos.

Quanto aos meios de investigação, trata-se de uma pesquisa de campo, que, é definida como uma “investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não” (VERGARA, 2009, p.43).

### 3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados desta pesquisa foi feita de forma qualitativa. Pesquisa qualitativa é aquela em que o pesquisador se preocupa em compreender e analisar fatos, acontecimentos ou fenômenos, a partir de um contexto previamente escolhido ou em estudo. O objetivo para a escolha deste tipo de pesquisa é o de aprofundar conhecimentos, compreender e desenvolver análises por meio de objetos de estudo, com o intuito de desenvolver métodos para a verificação, apresentar de opiniões, panoramas, conceitos, aspectos e fenômenos que estão ligados de alguma forma e demonstram a perspectiva da realidade pela ótica do pesquisador (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

O que se busca em um estudo qualitativo é obter dados (que serão transformados em informações) de pessoas, comunidades, contextos ou situações de maneira profunda. Quando se referem a seres humanos, os dados que interessam são conceitos, percepções, imagens mentais, crenças, emoções, interações, pensamentos, experiências, processos e vivências manifestadas na linguagem dos participantes, seja de maneira individual, grupal ou coletiva. “Eles são coletados para que possamos analisá-los e compreendê-los, e assim respondermos as perguntas de pesquisa e gerarmos conhecimento” (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013, p. 416-417).



## 4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Este capítulo apresenta os dados obtidos pela utilização do instrumento de coleta de dados que foi aplicado aos líderes acadêmicos (presidentes de centros/diretórios acadêmicos da Unesc. Os questionários foram aplicados através da internet pelo *Google Forms* sendo enviado para todos os líderes.

Na primeira parte do capítulo estão expostos o perfil dos líderes entrevistados da pesquisa aplicada e no segundo momento, são apresentados os dados relativos a pesquisa respondida pelos entrevistados.

### 4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

O primeiro ponto que deve ser destacado é que dos centros acadêmicos na qual a entrevista foi enviada, obteve-se o total 10 respostas recebidas de seus representantes legais, na qual todos os 10 representantes se identificaram como sendo os atuais presidentes dos centros acadêmicos.

Os cursos nos quais os presidentes responderam à pesquisa representam, respectivamente, em ordem alfabética:

- a) Administração de Empresas e Comércio Exterior;
- b) Ciências Contábeis;
- c) Direito;
- d) Educação Física – Bacharelado;
- e) Engenharia Civil;
- f) Engenharia da Produção;
- g) Geografia;
- h) Jogos Digitais (centro acadêmico representante de todos os cursos tecnológicos);
- i) Nutrição;
- j) Odontologia.

Um total de (70%) dos representantes que responderam ao questionário, informaram que estão dentro do seu primeiro ano de gestão. Enquanto (20%) estão no seu segundo ano de gestão. Para que os dados da pesquisa sejam apresentados de uma forma em que a identificação dos nomes dos entrevistados não seja

revelada, assim mantendo o sigilo de suas imagens, foi ocultada a identificação dos nomes dos cursos em algumas das repostas descritivas do questionário, e da mesma forma, não tendo identificação do nome do líder ou do curso no título da resposta.

Liderar equipes, correr riscos e inovação fazem parte do perfil do empreendedor (DORNELAS, 2005). Com isso, foi questionado os entrevistados sobre suas posições de liderança acadêmica dentro da universidade e o que os levou a decisão de entrar nestes cargos conforme mostra o quadro abaixo:

QUADRO 4 - Cargos dos entrevistados na liderança universitária e motivações

Entrevistado	Você ocupa ou já ocupou outro cargo de liderança dentro da universidade?	O que motivou você a querer ocupar estes cargos?
1	Não	<i>"Gestão anterior. "</i>
2	Tesouraria do centro acadêmico e atlética	<i>"Representatividade no movimento estudantil. "</i>
3	Não	<i>"A necessidade de melhorias no centro acadêmico, e a crença de que por meio da minha gestão estas melhorias poderiam ocorrer. "</i>
4	Conselheira do colegiado da Unidade Acadêmica da Saúde e tesouraria da atlética	<i>"A falta de representatividade no movimento estudantil, pouca movimentação dos ocupantes destes cargos e visibilidade de que é possível conseguir muito mais coisas com o movimento estudantil. "</i>
5	Não	<i>"Reconhecimento e oportunidades. "</i>
6	Não	<i>"Melhorar o máximo a vida dos acadêmicos dentro da universidade. "</i>
7	Não	<i>"Corrigir os erros feitos pela antiga gestão. "</i>
8	Não	<i>"Um futuro melhor e mais organizado para o meu curso. "</i>
9	Presidência adjunta do centro acadêmico	<i>"Contribuir para o grupo. "</i>
10	Não	<i>"A convite da gestão anterior e experiência nova. "</i>

Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador com base na pesquisa (2017).

O quadro 4 mostra que 7 dos entrevistados não tiveram outra experiência como líderes acadêmicos antes de serem presidentes dos centros acadêmicos nos quais atuam. Podem-se destacar algumas das características dos empreendedores de Dornelas (2005), observando os motivos que levou os entrevistados a ocuparem os cargos de liderança, tais como: Acreditar em uma ideia, visão da necessidade de mudança, reconhecimento e oportunidades, experiência nova (correr riscos).

## 4.2 ENTENDIMENTOS SOBRE EMPREENDEDORISMO

Os entrevistados foram questionados através de duas perguntas os seus entendimentos sobre o empreendedorismo. Essas perguntas são fundamentais para compreender de certa forma a que nível se encontra os conhecimentos básicos dos entrevistados sobre o empreendedorismo.

A primeira pergunta questionava os entrevistados sobre o que eles entendiam sobre empreendedorismo. A segunda pergunta levantava a questão de quais características o entrevistado considerava fundamentais em um empreendedor. As respostas das perguntas estão expostas no quadro abaixo:

QUADRO 5 – Entendimentos dos entrevistados sobre empreendedorismo

Entrevistado	O que você entende sobre empreendedorismo?	Quais características você considera fundamentais em um empreendedor?
1	<i>“Inovação em novas empresas ou gestão de projetos.”</i>	<i>“Visão e gestão.”</i>
2	<i>“Visão do futuro.”</i>	<i>“Pensamento rápido.”</i>
3	<i>“A capacidade de enxergar métodos de desenvolver projetos de maneira inovadora e eficiente.”</i>	<i>“Foco, resiliência e organização.”</i>
4	<i>“Iniciativa de realizar projetos e negócios.”</i>	<i>“Criatividade, coragem e honestidade.”</i>
5	<i>“Criar algo novo, ser independente, e poder comandar seu próprio negócio.”</i>	<i>“Coragem, pensamento positivo, humildade e perseverança.”</i>
6	<i>“Conseguir tornar ideias em capital.”</i>	<i>“Sempre sair de sua zona de conforto e arriscar.”</i>
7	<i>“Empreendedorismo é o processo de criação de um negócio.”</i>	<i>“Ser inovador, criativo, não ter medo de correr riscos.”</i>
8	<i>“Não entendo muito.”</i>	<i>“Visão de negócios e disciplina.”</i>
9	<i>“É o ato de criar novos métodos de administrar negócios com um alto índice de lucro.”</i>	<i>“A liderança.”</i>
10	<i>“É a criação de novos produtos e empresas.”</i>	<i>“Ser criativo, ter espírito de liderança, e visão no processo.”</i>

Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador com base na pesquisa (2017).

Os entrevistados deram respostas coerentes e familiares a descrição de Baron e Shane (2007). Trazendo o empreendedorismo para a definição do processo de criação de novos empreendimentos. Visando também as características de captação recursos e lucros, liderança, inovação, criação, e visão no futuro. Tendo apenas um dos entrevistados com a resposta *“não entendo muito”*.

Quando questionados sobre as características fundamentais dos empreendedores os entrevistados também não fogem das citações de Dornelas (2005). Citando como as principais características fundamentais dos empreendedores a criatividade, visão de negócios, liderança e coragem. Neste último pode ser substituído por correr riscos, já que a coragem é a ação apesar do medo

#### 4. 3 FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DENTRO DA UNIVERSIDADE

Quando questionados, 100% dos entrevistados disse que acham importante a formação empreendedora no seu curso. Por isso esta seção da pesquisa tenta mostrar os meios que a universidade estudada induz os acadêmicos ao empreendedorismo na visão dos entrevistados.

A universidade pode induzir o empreendedorismo nos cursos de graduação através de disciplinas dentro da grade curricular, ou através de projetos universitários que abrangem um coletivo de cursos. A primeira pergunta exposta no quadro 6 relata quais as disciplinas existentes nos cursos conforme as respostas dos entrevistados. E no quadro 7, quais as iniciativas ligadas ao empreendedorismo existem no curso.

QUADRO 6 – Disciplina de empreendedorismo nos cursos dos entrevistados

Entrevistado	Existem disciplinas no seu curso voltadas a gestão empreendedora?
1	"Não. "
2	"Empreendedorismo e Gestão. "
3	"Gestão em alimentação coletiva. "
4	"Empreendedorismo-Optativa. "
5	"Empreendedorismo. "
6	"Empreendedorismo e plano de negócios. "
7	"Até agora apenas geopolítica. "
8	"Não. "
9	"Não. "
10	"Gestão da Inovação e empreendedorismo e plano de negócio. "

Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador com base na pesquisa (2017).

QUADRO 7 – Iniciativas ligadas ao empreendedorismo no curso dos entrevistados

Entrevistado	Quais as iniciativas ligadas ao empreendedorismo existentes hoje no seu curso?
1	"Nenhuma."
2	"Nenhuma. "
3	"Desconheço. "
4	"Basicamente, além da disciplina, nos fóruns e seminários promovidos pelo curso o tema é sempre debatido pelos palestrantes contratados. "
5	"A pauta de criarmos uma empresa júnior. "
6	"Nosso curso tem Processo Disciplinar Orientado e Semana de prática específica, nas quais alguns temas são montar plano de negócio. "
7	"No curso em específico nenhuma. "
8	"A empresa júnior do curso "
9	"Não há. "
10	"Empresa júnior. "

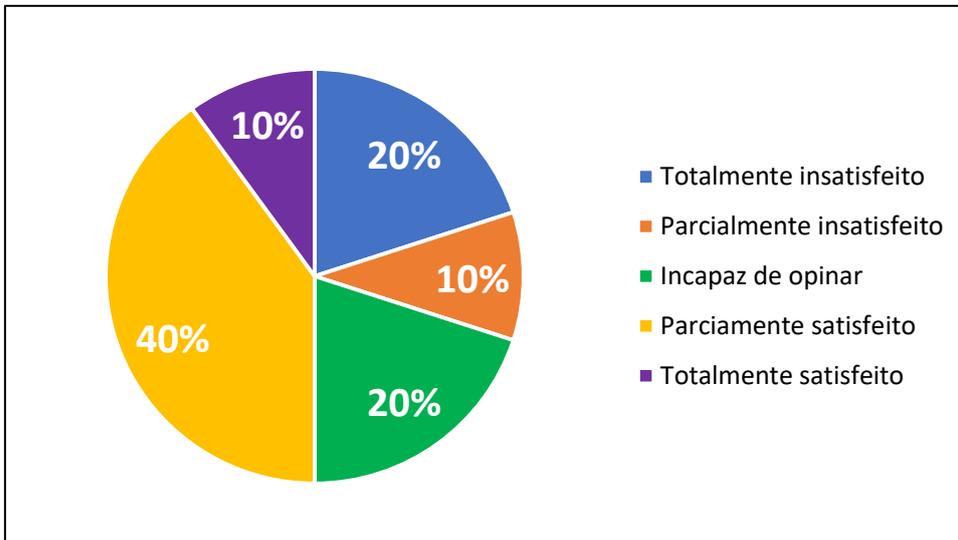
Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador com base na pesquisa (2017).

Embora todos os entrevistados acharem importante a formação acadêmica no seu curso e subsequente na sua profissão existem cursos de graduação que não possuem disciplinas voltadas ao empreendedorismo em sua grade curricular, conforme as respostas. Alguns dos entrevistados também não reconhecem nenhuma iniciativa ligada ao empreendedorismo existente no curso. O que mostra uma fraqueza na formação desdês acadêmicos na sua profissão e formação empreendedora. Mas também, gera a certeza de uma oportunidade de viabilizar projetos voltados ao empreendedorismo para estes acadêmicos.

Para eu os incentivos ao empreendedorismo ocorram na universidade, se faz necessária a disponibilização de recursos para a utilização durante o projeto, programa, curso e afins. Os entrevistados elencaram que nos casos dos cursos onde o empreendedorismo está presente a universidade oferece toda a estrutura necessária que engloba salas, equipamentos, laboratórios. Além de incentivos intelectuais, como mentores, palestrantes, professores capacitados. E também acessibilidade como gratuidade e bolsas nos eventos universitários ao empreendedorismo.

Como indicado na seção acima, existem ações indutoras ao empreendedorismo na Unesc. Porém é importante avaliar se essas ações estão satisfazendo as necessidades dos acadêmicos, vindo de encontro com a avaliação do interesse destes mesmos acadêmicos a respeito da temática empreendedora. Como mostrado nos gráficos a seguir:

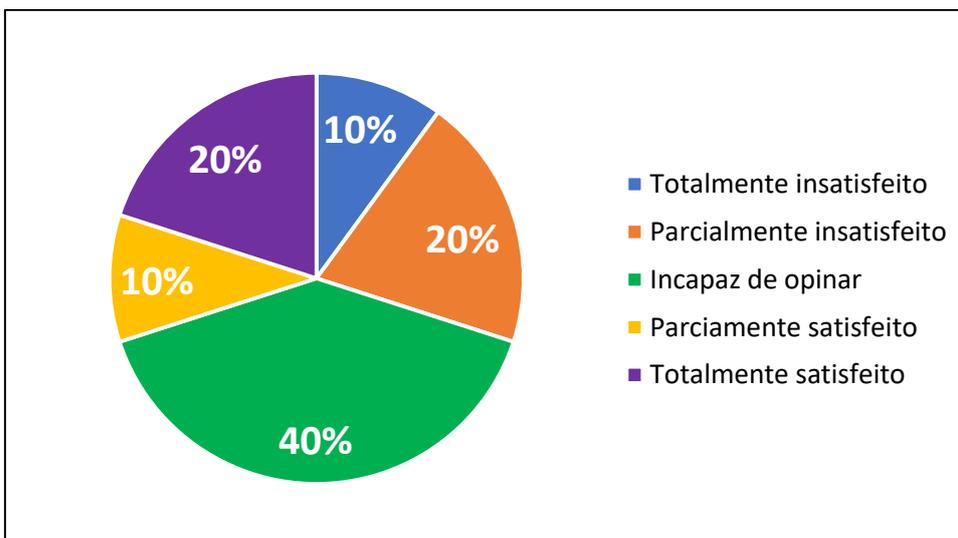
GRAFICO 1 – Índice de satisfação dos entrevistados perante as ações tomadas pela Unesc ao incentivo do empreendedorismo



Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador com base na pesquisa (2017).

Como mostra o gráfico acima 50% dos entrevistados encontram-se na zona de satisfação enquanto as ações tomadas pela Unesc, e 30% estão insatisfeitos, já 20% dos entrevistados não souberam opinar. O que deixa claro que a formação empreendedora passa despercebida nestes cursos, ou pelo menos a visão dos líderes desses acadêmicos.

GRAFICO 2 – Índice de satisfação dos entrevistados a respeito do interesse dos acadêmicos de seus cursos ao empreendedorismo



Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador com base na pesquisa (2017).

Grande parte dos entrevistados não soube opinar sobre o interesse dos acadêmicos de seus cursos representantes ao empreendedorismo. Esse índice mostra que talvez falte debate sobre a cultura empreendedora dentro do curso. Assim podendo ter clareza das necessidades e desejos dos acadêmicos sobre a temática.

Explorar novas fontes para melhorar o desenvolvimento dos acadêmicos para a cultura empreendedora sempre pode acontecer, e implementar iniciativas onde o empreendedorismo ainda não é debatido é fundamental para o crescimento intelectual e comportamental dos acadêmicos. Na pergunta que visava explorar no ponto de vista dos entrevistados sobre quais novas ações poderiam ser realizadas, somente 8 dos 10 entrevistados que haviam respondido as questões anteriores responderam está pergunta conforme o quadro 8.

QUADRO 8 – Novas ações para incentivar a cultura empreendedora

Entrevistado	Do seu ponto de vista, que ações deveriam ser implementadas no seu curso para incentivar a cultura empreendedora?
1	<i>“Cadeira de gestão e empreendedorismo.”</i>
2	<i>“Acredito que a universidade poderia utilizar de sua estrutura (física e intelectual), para capacitar ainda mais os acadêmicos nesse quesito, podendo por exemplo criar programas de consultoria para aqueles que pensam em após o egresso montar seus próprios negócios.”</i>
3	<i>“Na nossa área o empreendedorismo acaba não sendo muito comum, o mais interessante seria trazer exemplos de fora da nossa Instituição, apresentando as opções e experiências de negócio. Ou até mesmo uma matéria mais centralizada ao empreendedorismo.”</i>
4	<i>“Palestras do SEBRAE, sobre montar um plano de negócio, e ter mais grades disciplinas que fala sobre criar um negócio.”</i>
5	<i>“Profissionais nas áreas específicas que é mídias digitais.”</i>
6	<i>“Já estou satisfeito.”</i>
7	<i>“Uma cadeira voltada exclusivamente para tal assunto.”</i>
8	<i>“No meu curso deveria ser trabalhado mais a área do turismo.”</i>

Fonte: Desenvolvido pelo pesquisador com base na pesquisa (2017).

A maioria dos entrevistados diz que uma possível ação a ser tomada é a criação de uma disciplina específica de empreendedorismo no seu curso, já que não possuem atualmente. Outro ponto destacado é a incentivo através de consultorias e palestras para desenvolvimento de negócios, até mesmo com a ajuda de órgãos externos a universidade como o SEBRAE.

#### 4.4 ANÁLISE GERAL DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada com os presidentes dos centros acadêmicos da UNESC. Que foram escolhidos por serem os representantes legais dos acadêmicos dos cursos de graduação da universidade estudada. Sendo assim eles estão à frente de projetos e tem entendimento sobre o que acontece atualmente dentro do curso em específico.

Os entrevistados mostraram entendimento sobre o tema empreendedorismo quando foram questionados. Trazendo conceitos que puderam ser comparados aos elencados pelos autores da fundamentação teórica deste trabalho. Assim mostraram ter base para a discussão do tema tratado.

Com as informações obtidas através da pesquisa deste trabalho, ficou claro que os incentivos a cultura empreendedora dentro da universidade ainda podem ser mais explorados. Com a implementação de disciplinas ou com apoio externo a grade curricular obrigatória de cada curso.

## 5 CONCLUSÃO

Neste trabalho foi abordado o empreendedorismo na universidade, sua temática e sua importância dentro da formação acadêmica. Tendo como objetivos a identificação e análise das ações indutoras à cultura empreendedora para os estudantes dos cursos de graduação da UNESC.

A formação empreendedora se torna um fator importante. Já que em vista o mercado de trabalho é competitivo e o mundo dos negócios tem uma concorrência acirrada. Esse contexto trouxe a situação problema da capacitação empreendedora, fazendo com que a universidade tenha participação no ensino ao empreendedorismo para principalmente os acadêmicos dos cursos de graduação, pois estão pela primeira vez adquirindo uma profissão para entrar no mercado de trabalho.

Através da pesquisa secundária foi coletado informações sobre o tema estudado, onde pode-se conhecer por meio dos autores os conceitos e abordagens do tema estudado.

Com a pesquisa realizada deste trabalho, que teve os presidentes dos centros acadêmicos da UNESC como público-alvo, foi possível conhecer as ações que fomentam a cultura empreendedora dentro da universidade.

A pesquisa também possibilitou a comparação e visão dos entrevistados sobre os principais comportamentos empreendedores, e o desenvolvimento no contexto dos projetos pedagógicos e das disciplinas de empreendedorismo.

Conseqüentemente este trabalho possibilitou discutir, sob a ótica da pesquisa, alternativas, ações e sugestões que possam ampliar as oportunidades de fomento da cultura empreendedora na UNESC, como a inserção de disciplinas nos cursos de graduação que ainda não possuem a temática do empreendedorismo nas suas grades curriculares obrigatórias, ou por meio de projetos e programas externos ao curso. Tal ação é relevante, visto que 100% dos entrevistados consideram a formação empreendedora importante, conforme mostrado na pesquisa.

## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS (Brasil). **GEM**: Taxa de empreendedorismo é a maior dos últimos 14 anos. 2016. Redação. Disponível em: < <https://goo.gl/118M4e> >. Acesso em: 20 jun. 2017.
- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A.. **Empreendedorismo**: Uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007. 443 p.
- BARROS, A. J. da S.; LRHFELD, N. A. de S. **Fundamentos de metodologia científica**: um guia para iniciação científica. São Paulo: MAKRON Books, 2000.
- BRASIL. **Código Civil**: Do direito da Empresa. 2002. Brasília, Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 10 out. 2017.
- BUCHA, A. I. **Empreendedorismo**: Aprender a saber ser empreendedor. Lisboa: Editora RH. 2009.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: Empreender como opção de carreira. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2013.
- DEMETRIO, Diego Wander. **Qual a diferença entre empreendedor e empresário?** 2017. Disponível em: <<http://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-e-empresario/>>. Acesso em: 09 out. 2017.
- DICIONÁRIO AURÉLIO DE PORTUGUÊS ONLINE (Brasil). **Significado de Empresário**. 2016. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/empresario>>. Acesso em: 10 out. 2017.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 293 p.
- ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas universidades**: professores mais satisfeitos que alunos. 2016. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/pesquisa-universidades-empreendedorismo-2016/>>. Acesso em: 16 out. 2017.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE (Brasil). **GEM**. 2017. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/projetos/gem/>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (Curitiba). Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (Org.). **Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Curitiba: Ibmq, 2017. 210 p. Disponível em: < <https://goo.gl/ZT4C85> >. Acesso em: 20 jun. 2017.

MELLO, Leonel I. A. **John Locke e o individualismo liberal**. In: WEFFORT, Francisco C. (org). Os clássicos da política, 1. São Paulo: Ática, 2006, pp. 79-110.

MACHADO, Millor. **A diferença entre ser empreendedor e ser empresário**: Para ser empreendedor, nem sempre é necessário ter uma empresa. 2013. Editado por Priscila Zuini. Disponível em: < <https://goo.gl/bfhUJj>>. Acesso em: 09 out. 2017.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

O GLOBO. **Os 12 maiores empreendedores dos novos tempos**: Conheça os empresários que colocaram suas ideias em prática e revolucionaram o mercado 2012. Disponível em: < <https://goo.gl/1UozMw>>. Acesso em: 15 out. 2017.

OLIVEIRA, Djalma de Pinheiro Rebouças de. **Empreendedorismo**: Vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2014. 349 p.

PINTO, Marcio Morena. **Quem é o empresário na legislação brasileira?** 2013. Disponível em: <<https://marciomorena.jusbrasil.com.br/artigos/121943993/quem-e-o-empresario-na-legislacao-brasileira>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. D. P. B. **Metodologia de Pesquisa**. Tradução de Daisy Vaz de MORAES. 5. ed. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

UNESC. **Núcleo de empreendedorismo**. Disponível em: <<http://www.unesc.net/portal/capa/index/473>>. Acesso em: 16 out. 2017.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2009. 93 p.

## **APÊNDICE A – ENTREVISTA COM OS LIDERES ACADEMICOS DA UNESC**

Olá, esta entrevista tem como objetivo complementar o TCC do Curso de Administração de Empresas e buscar conhecer qual o seu ponto de vista a respeito das ações indutoras a cultura empreendedora realizadas no seu curso de graduação. Lembrando que seus dados pessoais serão mantidos em sigilo. Desde já agradeço sua participação.

Acadêmico 85626.

NOME DO ENTREVISTADO: \_\_\_\_\_

DATA: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ CURSO: \_\_\_\_\_

CARGO/ FUNÇÃO/ ORGÃO \_\_\_\_\_

### **ROTEIRO DE ENTREVISTA:**

#### **1 PERFIL DO ENTREVISTADO**

- a) Há quanto tempo você está neste cargo?
- b) Você ocupa ou já ocupou outro cargo de liderança dentro da universidade?
- c) E fora da universidade?
- d) O que levou você a quer ocupar estes cargos?
- e) O que você entende sobre empreendedorismo?
- f) Quais características que você considera fundamentais em um empreendedor?

#### **2 PERFIL DO EMPREENDEDORISMO NO CURSO**

- a) Você acha importante a formação empreendedora no seu curso?
- b) Existem disciplinas no seu curso voltada a gestão empreendedora?
- c) Se sim: Quais os nomes delas?
- d) Quais as iniciativas ligadas ao empreendedorismo existem hoje no curso?
- e) Você acha importante a formação empreendedora no seu curso?
- f) Quais os incentivos que a universidade oferece? Ex. Sala, equipamentos, recurso financeiro ou intelectual (mentorias).
- g) Numa escala de 1 a 5 avalie as ações tomadas pela UNESC ao incentivo do empreendedorismo no seu curso.
- h) Numa escala de 1 a 5 avalie o interesse dos acadêmicos do seu curso enquanto ao empreendedorismo no curso.

#### **3 PLANEJAMENTO DE AÇÕES INDUTORAS AO EMPREENDEDORISMO NO CURSO**

- i) Do seu ponto de vista, que ações deveriam ser implementadas no seu curso para incentivar a cultura empreendedora.
- j) Você como líder estudantil, já implementou ou tem vontade de implementar algum projeto no seu curso voltado ao empreendedorismo?  
Se sim: Quais  
Se não: Porque?

**4 OUTRAS OBSERVAÇÕES, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS:**

- a) Utilize esse espaço para fazer algum outro comentário, observação ou sugestão.

---

---

---

**ESTUDO DAS AÇÕES INDUTORAS AO EMPREENDEDORISMO EM UMA  
UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração - Linha de Formação Específica em Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof. Me. Luciane de Carvalho Pereira

Criciúma, 27 de 11 de 2017. (data da defesa)

**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Luciane de Carvalho Pereira – Mestre – UNESC - Orientador



Prof. André Pais Topanotti – Mestre - UNESC



Prof. Jean Peterson Rezende - Mestre - UNESC

**CRICIÚMA**

**2017**

---