



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS - PICOS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



Empreendedorismo Universitário: Uma análise a partir do curso de Administração da UFPI-CSHNB

University Entrepreneurship: An analysis from the UFPI-CSHNB Administration course

Tatiane de Lima Freitas¹, Thaís de Sousa Silva², Itamara Lima Matos³

Picos – Piauí
2021

¹ *Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros;*

² *Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros;*

³ *Docente da Universidade Federal do Piauí, Especialista, Orientadora.*

Tatiane de Lima Freitas

Thaís de Sousa Silva

Itamara Lima Matos

Empreendedorismo Universitário: Uma análise a partir do curso de Administração da UFPI-CSHNB

University Entrepreneurship: An analysis from the UFPI-CSHNB Administration course

Artigo científico apresentado para obtenção de nota na disciplina de Elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC II), no curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí- Campus Senador Helvídio Nunes de Barros.

Prof.^a. Orientadora: Itamara Lima Matos.

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Campus Senador Helvídio Nunes de Barros
Biblioteca Setorial José Albano de Macêdo
Serviço de Processamento Técnico

F866e Freitas, Tatiane de Lima
Empreendedorismo universitário: uma análise a partir do curso de Administração da UFPI-CSHNB / Tatiane de Lima Freitas, Thaís de Sousa Silva. – 2021.

Texto digitado
Indexado no catálogo *online* da biblioteca José Albano de Macêdo - CSHNB
Aberto a pesquisadores, com as restrições da biblioteca

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Piauí, Bacharelado em Administração, Picos-PI, 2021.

“ Orientadora: Prof.^a Esp. Itamara Lima Matos”

1. Administração-Universidade. 2. Empreendedorismo. 3. Perfil empreendedor. I. Silva, Thaís de Sousa. II. Matos, Itamara Lima. III. Título.

CDD 658.421



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



**PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

Tatiane de Lima Freitas

Thais de Sousa Silva

**Empreendedorismo universitário: uma análise a partir do curso de
Administração da UFPI - CSHNB.**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

Aprovado(a)

Aprovado(a) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugeridas pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 28 de janeiro de 2021

Itamara Lima Matos

(Orientadora – Itamara Lima Matos, Esp.)

Ivana Teresa da Rocha Martins Leal

(Membro 1 – Ivana Teresa da Rocha Martins Leal, Ma.)

Carolina Maria Furtado Matos

(Membro 2 – Carolina Maria Furtado Matos, Ma.)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar os impactos do empreendedorismo, como potencial transformador no desenvolvimento de jovens empreendedores do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí - Campus Senador Helvídio Nunes de Barros. De que forma o empreendedorismo impacta esses jovens durante e após a graduação? As transformações que o empreendedorismo causa(ou) na vida desses graduandos e graduados e as contribuições para o crescimento profissional desses jovens empreendedores. Em termos metodológicos, caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. Foi realizada uma pesquisa de campo com empreendedores graduandos e graduados do curso de Administração, com a finalidade de observar fatos e fenômenos da maneira como ocorrem na realidade por meio da coleta de dados, em conjunto com análises bibliográficas. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário avaliativo on-line contendo questionamentos sobre o empreendedorismo e suas contribuições para a vida de jovens empreendedores.

Palavras-chave: Administração. Universidade. Empreendedorismo. Perfil empreendedor.

ABSTRACT

This work aims to analyze the impacts of entrepreneurship, as a potential transformator in the development of young entrepreneurs in the Bachelor of Business Administration course at the Federal University of Piauí - Senador Helvídio Nunes de Barros Campus. How does entrepreneurship impact these young people during and after graduation? The transformations that entrepreneurship causes (or) in the lives of these graduates and graduates and the contributions to the professional growth of these young entrepreneurs. In methodological terms, it is characterized as a descriptive research, with a qualitative and quantitative approach. A field research was carried out with entrepreneurs graduating and graduating from the Administration course, with the purpose of observing facts and phenomena as they occur in reality through data collection, together with bibliographic analyzes. The instrument used for data collection was an online assessment questionnaire containing questions about entrepreneurship and its contributions to the lives of young entrepreneurs.

Keywords: Administration. University. Entrepreneurship. Entrepreneurial profile.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil, é um país onde o empreendedorismo vem ganhando cada vez mais espaço, é crescente o número de pessoas que estão empreendendo, seja por necessidade, seja por oportunidade, pela busca da realização de sonhos, ou para se trabalhar com aquilo que gosta. Segundo pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM, em 2018, o Brasil chegou a 38% na Taxa de Empreendedorismo Total - TTE, estando a frente da China que possui taxa de 26,7% e Estados Unidos que possui taxa menor que 20%. Ainda segundo o GEM (2018), quando analisa-se a faixa etária de 25 a 34 anos, percebe-se que é a mais ativa e que 30,5% dessa população possui empresas com até 3 anos de atividade ou está montando uma empresa. Já entre as idades de 18 e 24, a taxa de empreendedorismo chega a 20,3%.

O empreendedorismo é um agente de transformação na sociedade, através dele muitas pessoas modificam suas vidas e as vidas de outras pessoas, seja por meio dos serviços, produtos ou das oportunidades de emprego que geram. Os empreendedores assumem riscos e incertezas e tem coragem para enfrentar diversas situações, essa característica de se “aventurar” e assumir riscos e incertezas está muito presente nos jovens, que não possuem tanto o medo de investir e arriscar seu capital, boa parte desses jovens possui conhecimento e a motivação por criação de valores, que são aspectos muito importantes para despertar as pessoas para o empreendedorismo (JULIEN, 2010).

Todo empreendedor, passa pelo processo de empreender, identificando, avaliando e desenvolvendo oportunidades. Entretanto, identificar uma oportunidade, assim como avaliá-la, não é uma tarefa fácil. Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p.31) relataram que, “a maioria das boas oportunidades de negócio não aparece de repente, e sim, resulta da atenção de um empreendedor às possibilidades ou, em alguns casos, do estabelecimento de mecanismos que identifiquem oportunidades em potencial”. Isso mostra que, se tornar um empreendedor é um grande desafio e, nem todos estão dispostos a enfrentar, é algo que exige tempo e esforço.

É evidente que no Brasil, os jovens empreendedores, passam por muitos desafios e, preterivelmente, necessitam de estímulos em todos os níveis de formação educacional. Há, no Brasil, a carência de uma política educacional de estímulo e incentivo maior para os jovens empreendedores. Pois, o jovem, ao empreender, depara-se com a existência da desestabilidade entre cobrança e a falta de formação. Silva (2019, p. 13) afirma que, “de fato, o resultado da inexistência ou da má estruturação do processo de formação-aprendizagem empreendedora [...] leva, indubitavelmente, a falta de identificação cidadão-sociedade com as políticas gerais de inovação, no âmbito das relações universidade-empresa-sociedade”.

“Em outras palavras: nenhum país do mundo se transforma em nação desenvolvida sem colocar em prática políticas empreendedoras que levem, necessariamente, o retorno do conhecimento à população, sobretudo à parcela mais jovem dela” (SILVA, 2019, p.13).

Buscando analisar os impactos do empreendedorismo, o presente trabalho pretende discutir o empreendedorismo como potencial transformador no desenvolvimento de jovens empreendedores do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí - Campus Senador Helvídio Nunes de Barros. De que forma o empreendedorismo impacta esses jovens durante e após a graduação? As transformações que o empreendedorismo causa(ou) na vida desses graduandos e graduados e as contribuições para o crescimento profissional desses jovens empreendedores.

Este trabalho tem como objetivo geral analisar de que maneira o empreendedorismo durante e após a graduação impacta na atividade empreendedora em discentes e egressos do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí- Campus Senador Helvídio Nunes de Barros. Buscando atender aos objetivos específicos que são: a) Verificar o principal fator que motiva(ou) os graduandos e os graduados a empreender durante e após a graduação; b) Analisar a influência da universidade para a iniciativa empreendedora identificando os fatores de estímulo ao empreendedorismo; c) Identificar quais os principais desafios dos jovens empreendedores dentro da Universidade Federal do Piauí; e d) Constatar se a disciplina de empreendedorismo incentiva a abertura/criação de novos empreendimentos.

Diante disso, o estudo justifica-se tendo em vista a importância de conhecer o impacto da Instituição de Ensino Superior na motivação para o empreendedorismo e pelo fato de que o empreendedorismo é visto nas sociedades capitalistas como um elemento impulsionador ao desenvolvimento da região em que está inserido, proporcionando soluções para diversos problemas da sociedade. A prática do empreendedorismo ainda na graduação contribui para o acadêmico desenvolver e aperfeiçoar técnicas e métodos conciliando a teoria com a prática.

O presente trabalho está estruturado com introdução; referencial teórico onde a primeira unidade se refere a origem do empreendedorismo; seguido do empreendedorismo e suas contribuições para a sociedade; o perfil de jovens empreendedores; empreender durante a graduação; e a universidade como influenciadora ao empreendedorismo jovem; por conseguinte a metodologia, análise dos resultados e considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Origem do empreendedorismo

“O termo empreendedorismo é uma tradução da palavra entrepreneurship. Utilizado para designar uma área de enorme abrangência, não trata apenas da criação de empresas” (MASSENSINI, 2011, P. 16). O empreendedorismo trata-se também do aprendizado que busca realizar o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e práticas relacionadas à elaboração de projetos, sejam eles técnicos, científicos ou empresariais (BARBOSA E COSTA, 2015).

Apesar do empreendedorismo ter recebido mais atenção apenas nas últimas duas décadas, o espírito empreendedor sempre existiu na história da humanidade, tornando a cultura empreendedora cada vez mais evidente e enraizada na civilização (BARBOSA E COSTA, 2015).

O empreendedorismo não é um termo recente, acredita-se que surgiu há muito tempo. De acordo com estudiosos, desde os primórdios, o empreendedorismo vem dando grandes saltos na história, desde a evolução humana até os dias atuais (ALFREDO, 2009).

Para Alves (2011, p.15) “a história do empreendedorismo se confunde com a história do próprio homem, pois se acredita que o ‘comportamento empreendedor’ sempre existiu e que foi esse comportamento que nos impulsionou a criar, construir e evoluir”. Acredita-se que os nossos ancestrais já possuíam talento como empreendedores, isso porque eles sabiam como construir e gerir recursos. Naquela época o termo não era conhecido como “empreendedorismo”, contudo, os ancestrais, mesmo sem ter noção disso, realizavam grandes negócios com suas habilidades e métodos disponíveis (SOUZA, 2020).

Desde então, o empreendedorismo vem sendo tema de estudo e discussão por diversos estudiosos e, é perceptível que, ao longo dos anos, o empreendedorismo foi se moldando e ganhando novas formas. E, apesar de ser um termo muito amplo, com diversos aspectos e contextos, mostrou-se um processo fundamental para o crescimento econômico (SOUZA, 2020).

Do século XVII ao século XXI, muitos autores se dedicaram a estudar e acrescentar contribuições científicas para o avanço do empreendedorismo. Embora seja um tema amplamente discutido nos dias atuais, seu conteúdo, ou seja, o que ele representa, varia muito de um lugar para outro, de país para país, de autor para autor (ALVES, 2011, P. 16).

Segundo Battisti e Weinzierl (2010, p. 21) “o empreendedorismo surge da necessidade de se abrir novos caminhos, para que assim pudesse desenvolver uma economia. O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade”. Ademais, em qualquer política ou ação governamental

destinada a promover o desenvolvimento, o apoio ao empreendedorismo e o crescimento das atividades empreendedoras de um país deveriam ser prioridade. Ao deslocar seu eixo para os pequenos negócios, a sociedade passaria a ser orientada a formar empregadores, pessoas com novas atitudes para o trabalho e uma nova visão de mundo (BATTISTI E WEINZIERL, 2010).

O empreendedorismo no Brasil é algo recém-chegado, pois, começou-se a entender de fato a sua importância e o seu impacto recentemente. Isso porque o empreendedorismo não era visto como um processo que geraria grandes mudanças na sociedade. Mas, atualmente o contexto é outro e o empreendedorismo ganhou novas vertentes. Em 1981, ocorreu uma das primeiras grandes conquistas para o empreendedorismo brasileiro, por iniciativa do professor Ronald Degen, abriu-se o primeiro curso de empreendedorismo na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em São Paulo (BATTISTI E WEINZIERL, 2010).

2.2 O Empreendedorismo e suas contribuições para a sociedade

“Nos últimos anos, a palavra empreendedorismo, ou ação de criar novas maneiras de resolver problemas e criar valores, tornou-se frequente no dia a dia dos brasileiros”. Isso porque, encarar os problemas como oportunidades, se tornou algo constante (SILVA E BIANCHI, 2019, p. 12).

Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 38) afirma que, “[...] o empreendedorismo atualmente é o método mais eficiente para ligar ciência e mercado, criando novas empresas e levando novos produtos e serviços ao mercado”. Por isso, ao desenvolver uma base econômica e gerar empregos, os empreendimentos causam grandes impactos na sociedade, afetando significativamente a economia da região que estão inseridos.

Devido a diversos fatores, a exemplo, a difusão nas mídias digitais, o jovem brasileiro passou a ser exposto a um novo contexto, que o faz desenvolver posicionamentos e comportamentos em relação ao crescimento pessoal e/ou profissional. Com isso, “o brasileiro empreendedor passou a estar associado a um indivíduo motivado a encarar desafios e que, ao mesmo tempo, é um líder bem humorado, social, comunicativo, audacioso e criativo” (SILVA E BIANCHI, 2019, P.12).

Ser um empreendedor acabou tornando-se uma escolha natural para aqueles que desejam desenvolver ideias de negócios com base na realidade, ações consistentes, por enxergar necessidades ou oportunidades. Quando se fala na expressão “empreender por oportunidade”, significa que o empreendedor consegue enxergar oportunidades a serem exploradas no mercado, e fazer planejamentos de onde quer chegar com o seu negócio. Segundo Dornelas (2008), este tipo de empreendedorismo possui ligação direta com o desenvolvimento

econômico. Já o empreendedorismo por necessidade pode surgir em momentos de crise para uma pessoa, que diante de situações difíceis acaba ingressando no mercado em algum tipo de empreendimento, em áreas que possuem conhecimento ou não. Ainda, Dornelas (2008) quando essas pessoas entendem, tornaram-se patrões e não mais empregados.

É muito comum na sociedade Brasileira, empreendimentos que surgem por necessidade acabarem indo à falência muito cedo, devido à "euforia" de se começar a empreender sem um bom planejamento para se sobressair diante de cenários tão mutáveis como o Brasileiro. As adversidades sempre irão existir. Por isso, planejar é essencial. E, em um cenário inconstante, para criar empreendimentos prósperos, criativos, inovadores e longevos, é necessário manter o foco na forma como os obstáculos serão contornados.

De acordo com Silva e Bianchi (2019, p. 12), “[...] para aumentar as chances de crescimento pessoal e profissional, as estatísticas mostram que o brasileiro empreendedor ainda carece de capacitação, de oportunidades de qualificação e de estímulos educacionais condizentes”.

Em outras palavras, para que os jovens deixem de ser coadjuvantes e passem a ser protagonistas da própria vida como líderes da sociedade, é necessário que se alimentem de muito conhecimento, assim como, aperfeiçoem suas habilidades visando o estabelecimento de estratégias de ação empreendedora a curto, médio e longo prazos.

Ainda assim, Silva e Bianchi (2019) relatam que, os jovens precisam saber compreender as melhores maneiras de aproveitar as oportunidades da vida e superar os desafios. Apesar disso, não ser incapaz de explorar suas múltiplas habilidades, expandir suas relações pessoais e respeitar suas limitações, a sociedade, o meio ambiente e a natureza.

O que perpetua a atividade empreendedora em um país é a existência de fatores como, valores sociais e culturais, que estimulam a criação de novas empresas. Por isso, devemos reconsiderar alguns valores, como estabilidade no emprego, estabilidade financeira e formação universitária, que são as ferramentas básicas para a realização pessoal no Brasil (MALHEIROS, FERLA E CUNHA, 2005).

Como resultado de diversas perspectivas, o empreendedorismo conquistou seu espaço na história e vem se moldando ao longo dos anos. Em virtude disso, o empreendedorismo é visto nas sociedades capitalistas como um elemento que impulsiona o desenvolvimento da região em que está inserido, proporcionando soluções para diversos problemas da sociedade, criando empregos, aumentando a competitividade do mercado e gerando crescimento econômico.

2.3 O perfil de jovens empreendedores

Ser empreendedor implica em assumir riscos e incertezas, uma característica bem marcante da geração y, que compreende as pessoas nascidas no final dos anos 90, início dos anos 2000, e que atualmente fazem parte da faixa etária dos jovens empreendedores e não tem medo de se aventurar em novos desafios, de enxergar novas oportunidades e se permitir vivê-las (COMAZZETTO, VASCONCELLOS, PERRONE E GONÇALVES, 2016).

Silva e Bianchi et al. (2019, p. 14), descreve que o perfil do jovem empreendedor é baseado naquele que busca primeiro, “encontrar soluções sustentáveis para problemas negligenciados” ou, aquele que busca “simplificar estratégias para tomar decisões em situações complexas, onde informações são incompletas e incertas”.

Quando o jovem decide, por escolha e não por necessidade, empreender em alguma área, acaba se tornando uma pessoa capaz de analisar suas realidades de forma crítica e também reflexiva, e assim, deixa de ser um simples expectador e passa a fazer parte dos fatos. Com isso, o jovem acaba, segundo Silva e Bianchi (2019, p.14), “preocupado com seu autodesenvolvimento e com a sua autoconsciência, transformador da sociedade e consciente da importância da natureza e do meio ambiente nas nossas vidas”.

Como resultado desse processo de formação-aprendizagem empreendedora tem-se um jovem capaz de: identificar oportunidades; planejar e criar novas maneiras de resolver problemas e de criar valores; guiar seus próprios passos e negócio(s); responder positivamente às mudanças e às oportunidades da vida de forma consciente, responsável, sustentável e dinâmica (SILVA E BIANCHI, 2019, P. 14).

Em uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Jovens Empresários - CONAJE, em 2014, para traçar o perfil dos jovens empreendedores brasileiros, foram identificados diversos aspectos e características dos mesmos. Apontando que, 30% dos potenciais jovens empreendedores colocam a independência como principal fator de motivação. No entanto, indicam, especialmente, duas razões que têm impedido a realização do sonho, a primeira é não ter dinheiro para investir e a segunda é porque não se sente preparado para empreender.

O estudo apontou que para a abertura do primeiro negócio, a metade dos jovens empreendedores não buscou qualquer ajuda. A outra metade diversificou o apoio, usando especialmente o auxílio das redes sociais (24%) para buscar informações e de consultorias (12%) para os procedimentos inerentes ao início das atividades entre os órgãos de governo e o jovem empreendedor (CONAJE, 2014, P. 14).

Em comparação a pesquisa de 2014 realizada pela CONAJE, a pesquisa efetuada em 2016 também pela CONAJE mostra que muitos jovens empreendedores colocam a independência como principal fator motivador. Assim como, o fato de identificar uma oportunidade e a partir dela decidir empreender. Desse modo, é evidente que tais aspectos

comprovam a capacidade que os jovens possuem para a identificação de negócios, além do seu entusiasmo para conquistar a independência financeira, que acaba se tornando um incentivo para o sucesso.

Ademais, segundo a pesquisa da CONAJE, desenvolvida em 2016, o perfil de jovens que mais empreenderam foram os da faixa etária entre 26 e 30 anos de idade, já entre os jovens que desejam se tornar empreendedores a faixa etária está entre 21 e 25 anos. Isso mostra que existe um tempo de amadurecimento em desenvolver a ideia e obter determinação para empreender, e conseqüentemente colocar em prática.

O empreendedorismo jovem tem crescido nos últimos tempos, haja vista que, de fato, os jovens estão mais focados em obter sua independência financeira, e muitos optam por essa área de atuação - serem empreendedores - assim, empreendendo por oportunidade ou por necessidade. Para Silva e Bianchi (2019, p. 12), é mais do que isso, por que “[...] numa sociedade globalizada como a atual, onde o ‘aqui e agora’ é marcado por taxas de informação e de transformação cada vez mais elevadas, o jovem empreendedor também passou a ser reconhecido pela sua produtividade e agilidade nas tomadas de decisão”.

2.4 Empreender durante a graduação

“Com o advento das universidades, o empreendedorismo foi surgindo como necessidade latente do ensino rotineiro das mais variadas profissões que podem requerer a abertura de negócios e organizações” (SOUSA, 2019, P. 11).

O empreendedorismo durante a graduação tem crescido, isso porque os universitários estão em contato com estudos atualizados e conhecimentos científicos e tecnológicos que fomentam o interesse por essa área, é comum muitas pessoas ingressarem na graduação com a ideia de criar o seu próprio negócio e na graduação adquirir embasamento teórico para tal feito.

De acordo com Garcia et al. (2012, p. 37),

[...] as atividades de empreendedorismo acadêmico são apontadas como importantes instrumentos que contribuem para o desenvolvimento econômico e tecnológico dos países em virtude principalmente de sua capacidade de criação de empresas mais intensivas em conhecimentos científicos e tecnológicos.

A força empreendedora jovem universitária, acaba por deter conhecimentos mais atualizados que podem trazer maiores benefícios para as cadeias produtivas, tornando-as mais competitivas.

Garcia et al. (2012, p. 39) ainda completa dizendo que, “a discussão sobre o empreendedorismo tem se voltado para a investigação da criação de empresas em negócios intensivos em conhecimento, cuja capacidade de contribuição ao desenvolvimento econômico

seja significativamente mais elevada”. Assim sendo, os estudantes universitários são as pessoas mais propensas a planejarem e desenvolverem seus negócios corroborando com esse contexto, de serem empresas com mais embasamento científico e tecnológico, haja vista o conhecimento adquirido na graduação.

Estando, os universitários mais próximos do conhecimento, esses possuem mais chance de desenvolverem empreendimentos que cada vez mais impactem de forma positiva a sociedade, com criatividade e inovação, proporcionando cada vez mais crescimento econômico para o local, ou região em que está inserido.

Silva e Bianchi (2019, p.14) afirma que, “[...] ser empreendedor envolve formas complexas de hábitos e ações, os quais devem ser estimulados nos jovens desde cedo, para que, segundo F. Dolabella, aprendam a transformar sonhos em realidades”.

Quando um jovem decide se inserir no meio empreendedor durante sua vida universitária, o mesmo considera o seu conhecimento de forma ampla, isso, relacionado ao seu desenvolvimento pessoal, para garantir que seu sonho se torne realidade. Mas acontece que, segundo Silva e Bianchi (2019, p. 12), “[...] assim, os jovens, sobretudo os universitários, são frequentemente expostos a obstáculos que acabam por dificultar um processo estruturado de formação-aprendizagem empreendedora”.

Mesmo em instituições conhecidas pela pesquisa, tais barreiras costumam estar relacionadas à falta de oportunidade ou mesmo à falta de motivação e, “podem prejudicar drasticamente o desenvolvimento do jovem como empreendedor no meio universitário” (SILVA E BIANCHI, 2019, P.12).

2.5 A universidade como influenciadora ao empreendedorismo jovem

Empreender é um grande desafio, que requer coragem para assumir riscos, criatividade, vontade de vencer entre outras características, se tornar empreendedor ainda durante a graduação, é uma escolha profissional que torna esse desafio um pouco mais intenso, em ter que conciliar atividades acadêmicas, com o negócio. Muitas dessas escolhas são desejos que já existem antes mesmo do indivíduo adentrar na graduação, outras nascem no decorrer do curso, sejam elas por necessidades, oportunidades ou incentivos de professores e da própria Universidade.

As universidades devem apoiar e desenvolver práticas relacionadas ao empreendedorismo, buscando desenvolver a comunidade que está inserida, porém, a realidade ainda está muito distante do que realmente seria o ideal, segundo pesquisa realizada em 2016 pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, em parceria com

a Instituto Empreender - ENDEAVOR, cerca de 65% dos professores estão satisfeitos com iniciativas de empreendedorismo dentro das universidades, a média de satisfação entre alunos é de 36%. As principais dificuldades relatadas são que as Universidades não têm estrutura que apoie a jornada completa do empreendedor; a Universidade está desconectada do mercado; a atuação na universidade não estimula a inovação e o sonho grande nos alunos.

Para a Brasil Júnior - Confederação Brasileira de Empresas Juniores (2016, p. 33), uma Universidade Empreendedora é quando “ela deve estar inserida em um ecossistema favorável que significa ter: infraestrutura, capital financeiro e internacionalização de boas práticas e projetos. Tendo como principal cliente o estudante universitário e como cliente secundário a sociedade”. Sendo que o papel da universidade empreendedora é romper barreiras e aplicar os conhecimentos adquiridos em benefício da sociedade, gerando impacto e influenciando-a por meio de práticas inovadoras.

Monteiro e Freitas et al. (2019, p. 19), dizem que,

Dentre as ações e mecanismos utilizados pelas instituições de Ensino Superior (IES) para promover a educação empreendedora se destacam as empresas juniores, que são organizações formadas por estudantes e que cumprem um importante papel de dinamizar e desenvolver as *soft skills* e criar uma integração entre elas e as *hard skills*, através da experiência empreendedora, antes mesmo de ingressar no mercado de trabalho.

As Empresas Juniores proporcionam diversas oportunidades de formação-aprendizagem empreendedora, como leitura de livros, palestras, eventos e treinamentos sobre o tema empreendedorismo, além da comunicação e o relacionamento entre os estudantes de diferentes empresas juniores e, principalmente, por meio de práticas reais, nos quais os jovens aplicam seus conhecimentos para ajudar micro e pequenas empresas (MONTEIRO E FREITAS, 2019).

3 METODOLOGIA

Buscando analisar os impactos do empreendedorismo, como potencial transformador no desenvolvimento de jovens empreendedores do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí - Campus Senador Helvídio Nunes de Barros, além das transformações que o empreendedorismo causa(ou) na vida desses graduandos e graduados e as contribuições para o crescimento profissional desses jovens empreendedores, foi realizada uma pesquisa de campo por meio de questionário *on-line*, elaborado no formulário google, e encaminhado um link de acesso ao questionário para os empreendedores listados previamente, obteve-se respostas de 22 empreendedores sendo eles, graduandos e graduados do curso de

Administração. Com a finalidade de observar fatos e fenômenos da maneira como ocorrem na realidade por meio da coleta de dados, em conjunto com análises bibliográficas.

Análises bibliográficas servem como base de apoio a todo plano de pesquisa, pois o pesquisador pode se atualizar sobre o tema em estudo por meio desse referencial teórico, assim, aumentando seus conhecimentos.

A pesquisa bibliográfica é muito importante na área de Administração, assim como em todas as áreas do conhecimento. É utilizada como ponto de partida para todos os tipos de pesquisa, facilitando a investigação através do estudo do conhecimento armazenado tradicionalmente em livros e documentos (ALYRIO, 2009, P. 94).

Segundo Piana (2009, p. 169 apud Gonsalves, 2001, p. 67) “A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Ela exige do pesquisador um encontro mais direto. Nesse caso, o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu [...]”.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário avaliativo on-line contendo questionamentos sobre o empreendedorismo e suas contribuições para a vida de jovens empreendedores. Em princípio, Alyrio et al. (2009, p. 204) diz que, “os instrumentos usados com maior proveito para a pesquisa são aqueles que, além de apontar a presença ou a ausência de um fenômeno, são capazes de quantificá-los, dando-nos uma medida sobre o mesmo”.

Em suma, a pesquisa caracteriza-se como pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. No âmbito das atividades científicas, a pesquisa refere-se ao processo de investigação dos fenômenos para compreendê-los e explicá-los. Segundo Gil (2010), a pesquisa descritiva busca descrever as características de determinada população, como também tem a finalidade de identificar a relação entre variáveis. Segundo Birochi, et al. (2015, p. 52), “a pesquisa quantitativa envolve as ações de coletar e analisar dados numéricos e aplicar testes estatísticos, tanto na coleta quanto no tratamento dos dados”.

Se, por um lado, as pesquisas quantitativas procuram mensurar, medir, a realidade estudada, as pesquisas qualitativas se dedicam ao estudo de fenômenos em que a quantificação não é apropriada; ou em que não seja conveniente reduzir o objeto estudado a variáveis e padrões de medida, seja por sua natureza particular ou sua especificidade (características, contextos, etc.) (BIROCHI, et al. 2015, P. 54).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta unidade são descritos a análise dos dados coletados por meio de questionário on-line, com vinte e dois jovens empreendedores, no período de setembro a outubro de 2020. O questionário se desenvolveu com questionamentos sobre o perfil socioeconômico dos participantes, os impactos do empreendedorismo, suas contribuições para o crescimento

profissional desses jovens empreendedores, a influência da Universidade para a iniciativa empreendedora e a disciplina de empreendedorismo como incentivadora da abertura de novos empreendimentos. Observou-se os seguintes dados:

Quadro 1: Dados socioeconômicos dos respondentes.

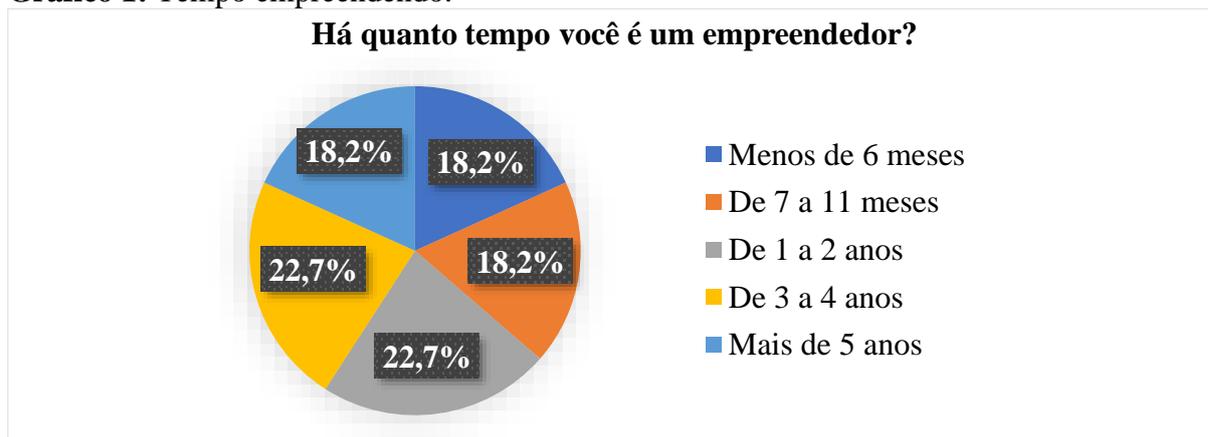
		Dados socioeconômicos			
Sexo	Feminino - 63,6%		Masculino - 36,4%		
Estado civil	Solteiro(a) - 77,3%	Casado(a) - 18,2%	Em união estável - 4,5%		
Idade	De 19 a 25 anos - 90,9%	De 26 a 32 anos - 4,5%	De 33 a 39 anos - 4,5%		
Escolaridade	Ensino superior incompleto - 63,6%	Ensino superior completo - 31,8%		Pós-graduação - 4,5%	
Renda familiar	Menos de 1 salário mínimo - 13,6%	De 1 a 2 salários mínimos - 45,5%	De 2 a 4 salários mínimos - 22,7%	Mais de 5 salários mínimos - 18,2%	

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Com base no quadro 1, constou-se que a maioria dos respondentes são do sexo feminino (63,6%) e, do sexo masculino apenas 36,4%. Com isso, no curso de administração do Campus Senador Helvídio Nunes de Barros possui a predominância de mulheres empreendedoras. Observou-se também, que os jovens são em sua maioria solteiros (77,3%), seguido dos casados (18,2%) e, em união estável (4,5%). Além disso, a maioria dos jovens apresenta idades entre 19 e 25 anos (90,9%), e os demais, de 26 a 32 anos e de 33 a 39 anos, ambos 4,5%. Assim, a maioria são jovens da geração Y, conhecidos por serem criativos, que buscam inovar, gostam de se arriscar, e são mais familiarizados com a tecnologia.

O quadro também aponta que 63,6% dos jovens empreendedores estão cursando a graduação em administração, 31,8% concluíram o ensino superior e 4,5% pós-graduação. Compreende-se que a maioria dos empreendedores respondentes estão cursando a graduação. 45,5% possuem renda familiar de 1 a 2 salários mínimos, 22,7% de 2 a 4 salários mínimos, 18,2% mais de 5 salários e apenas 13,6% menos de 1 salário.

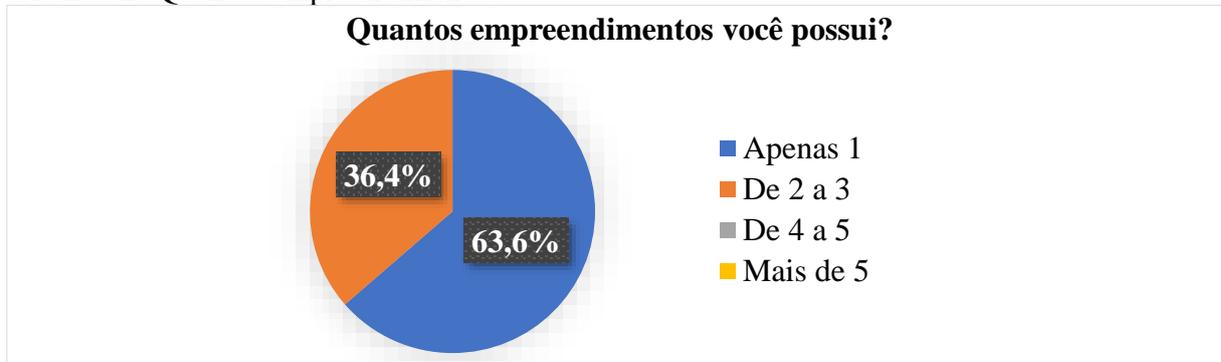
Gráfico 1: Tempo empreendendo.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Quanto ao tempo na atividade empreendedora, as respostas estão bem distribuídas 22,7% de 1 a 2 anos, 22,7% de 3 a 4 anos, 18,2% menos de 6 meses, 18,2% de 7 a 11 meses, 18,2% mais de 5 anos. Compreende - se que a maioria dos negócios está com idades de 1 a 4 anos, e que o curso de administração possui empreendedores com negócios de idades variadas, desde negócios iniciantes de 1 a 11 meses até mais de 5 anos.

Gráfico 2: Quantos empreendimentos.

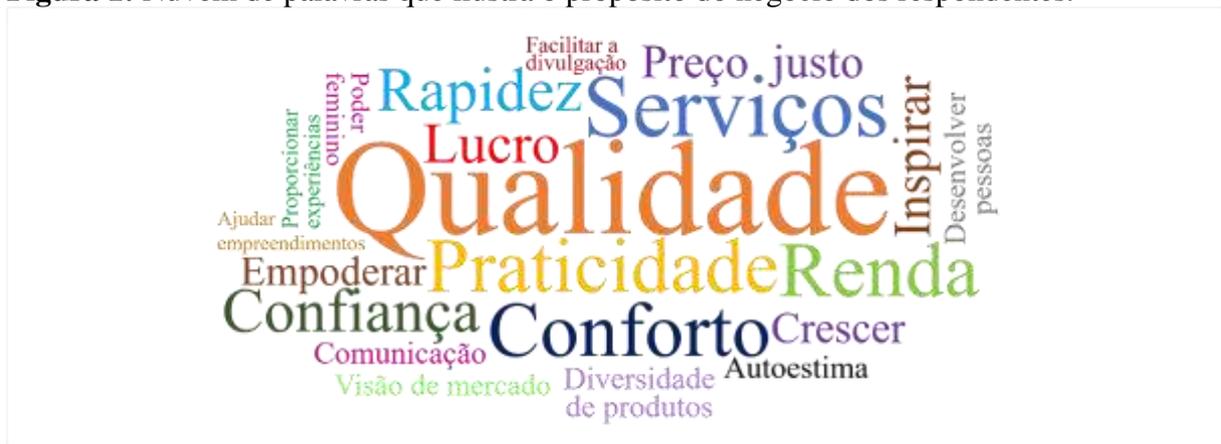


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A maioria dos empreendedores, 63,6%, disse ter apenas um empreendimento e 36,4% possuem de 2 a 3 negócios. Muitos empreendedores acabam criando um outro negócio que complementa o seu, seja uma prestadora de serviços ou um fornecedor de matérias-primas.

Com relação ao propósito do empreendimento, conforme a figura 1, pode-se observar dentre as respostas, a geração de lucro, gerar adicional na renda, praticar as teorias do curso de administração, facilitar a comunicação por meio das tecnologias, entregar produtos de melhor qualidade, praticidade e conforto; e realçar a beleza e empoderamento feminino. Nota-se, entre as respostas, empreendedores (as) com visões variadas, que vão desde propósitos voltados para desenvolver o mercado local, um segmento específico, praticar conhecimentos e também ao lucro.

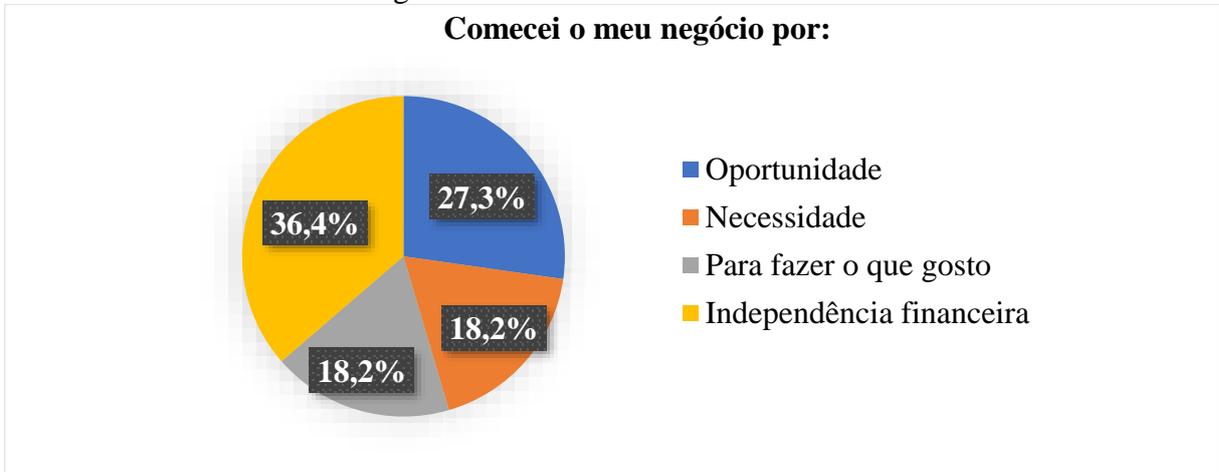
Figura 1: Nuvem de palavras que ilustra o propósito do negócio dos respondentes.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A nuvem de palavras é uma representação visual de principais palavras contidas em uma questão aberta ou em um texto, por exemplo. Embora pareça ser simples, a nuvem de palavras possui fatos interessantes por trás de seu uso. Cada palavra tem determinada sua relevância pelo tamanho em que é apresentada na nuvem.

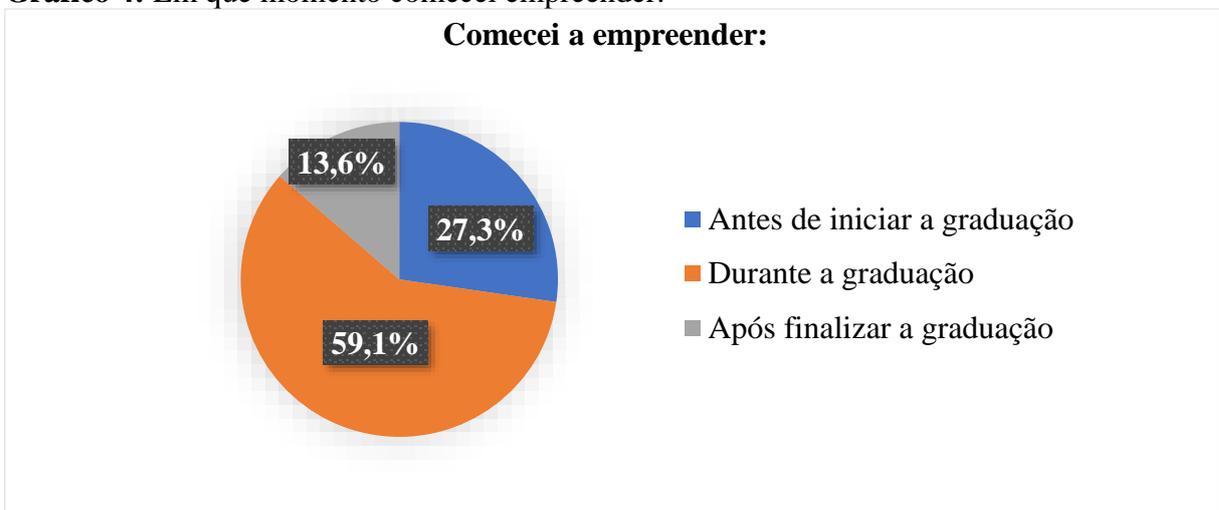
Gráfico 3: Comecei o meu negócio.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Percebe-se que 36,4% iniciou o negócio na busca de independência financeira, 27,3% por oportunidade, 18,2% por necessidade e 18,2% para fazer o que gosta. Assim, os empreendedores do curso de administração buscaram independência financeira e identificaram oportunidades de empreender, de acordo com Dornelas (2008) esse tipo de empreendedorismo está relacionado ao crescimento econômico.

Gráfico 4: Em que momento comecei empreender.



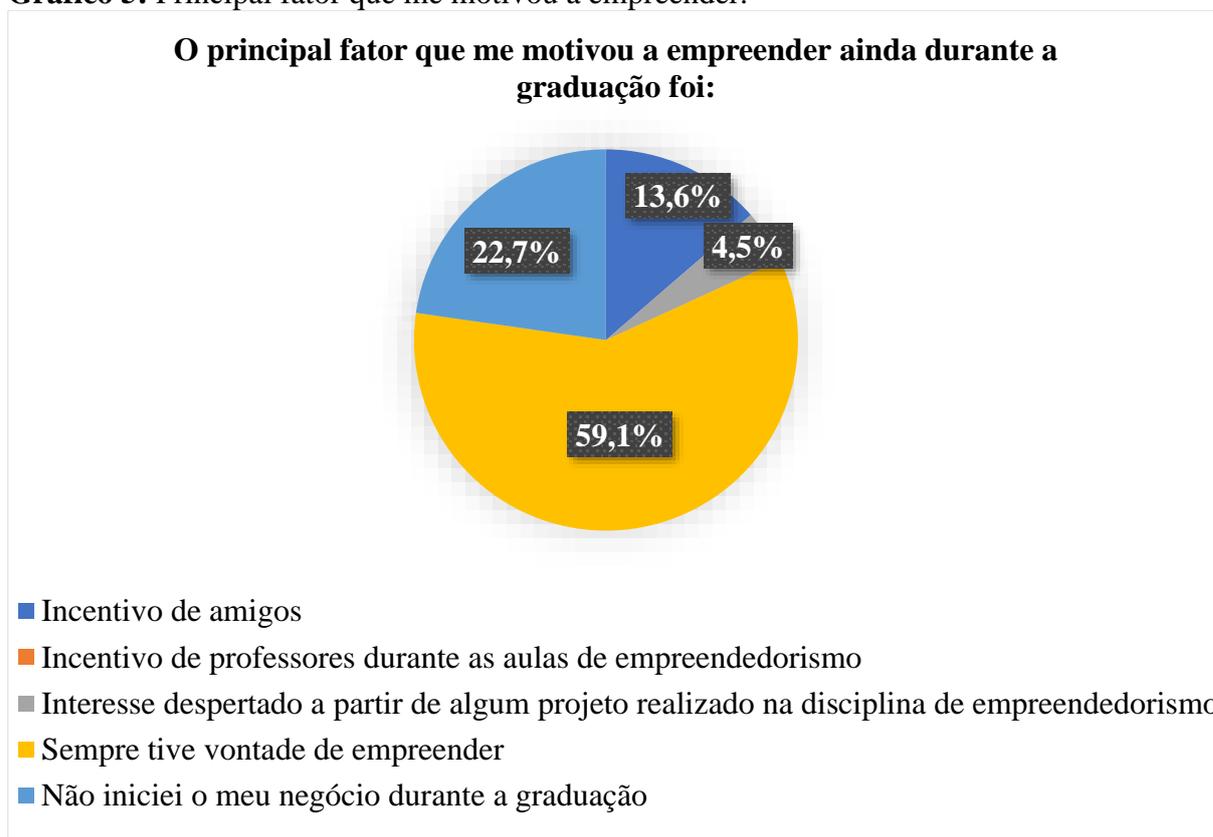
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Observa-se que 59,1% começaram a empreender durante a graduação, 27,3% antes de iniciar a graduação, e apenas 13,6% depois da graduação. Então, mesmo durante a graduação é

possível empreender, pois existe a possibilidade de viver experiências enriquecedoras. É um período ideal para explorar ao máximo o conhecimento obtido em sala de aula e as oportunidades que surgem da interação com o meio acadêmico.

Os jovens, mesmo não tendo muita experiência de mercado e vivência dão chance às suas ideias. São pessoas focadas em obter, principalmente, independência financeira, possuem iniciativa, não têm medo de arriscar e, mesmo antes ou depois de iniciar a graduação, possuem propensão a criar algo novo, assim como, melhorar algo já existente ou aproveitar alguma oportunidade. Após finalizar a graduação, os jovens enxergam o mercado de outra forma, se veem mais motivados e preparados para desenvolver alguma atividade empreendedora.

Gráfico 5: Principal fator que me motivou a empreender.

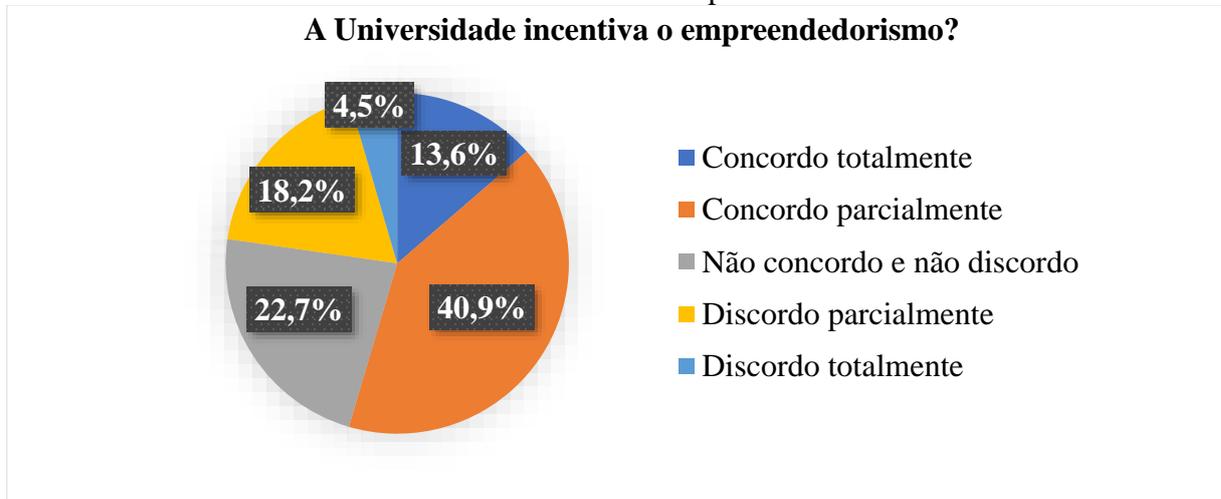


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

O principal fator que motivou a maioria dos respondentes a empreender ainda durante a graduação foi de que “sempre tiveram vontade de empreender” (59,1%). 22,7% responderam “não iniciei o meu negócio durante a graduação”, 13,6% iniciaram por incentivo de amigos e apenas 4,5% por interesse despertado a partir de algum projeto realizado na disciplina de empreendedorismo. Em suma, o desejo de empreender e ser dono do seu próprio negócio se tornou um dos principais fatores motivacionais para os jovens, pois, apenas uma pessoa teve o interesse despertado durante a disciplina de empreendedorismo.

A pesquisa *Amway Global Entrepreneurship Report - AGER*, revela que 56% dos brasileiros desejam ser donos do seu próprio negócio. Destes, 74% são jovens entre 18 e 35 anos. O índice do Brasil é maior que a média global, que está em 47% (DINO, 2019).

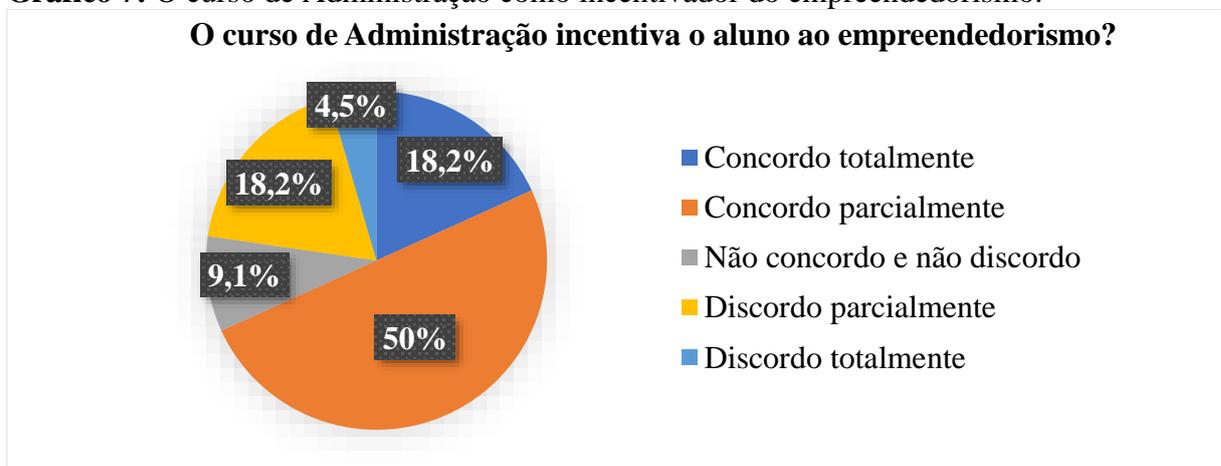
Gráfico 6: A Universidade como incentivadora do empreendedorismo.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Podemos observar através deste gráfico que 40,9% concordam parcialmente que a universidade incentiva o empreendedorismo, 22,7% não concorda e não discorda, 18,2% discorda parcialmente, 4,5% discorda totalmente e 13,6% concorda totalmente. Percebe-se que não há uma resposta unânime, portanto, a universidade ainda não é vista como um elemento de grande incentivo à prática empreendedora.

Gráfico 7: O curso de Administração como incentivador do empreendedorismo.

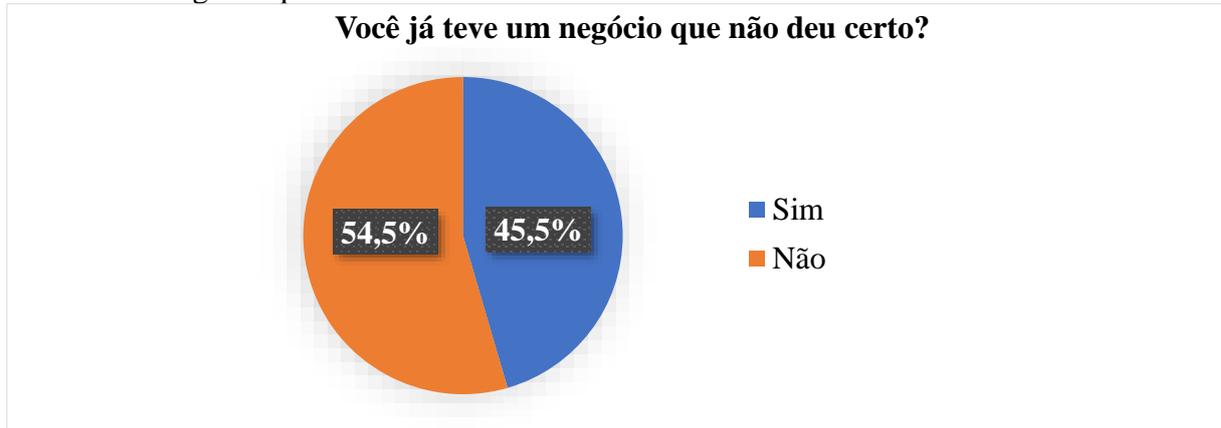


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A partir deste gráfico é notório que 50% concordam parcialmente que o curso de administração incentiva o aluno ao empreendedorismo, ou seja, há incentivo do curso, porém os respondentes sentem falta de mais ações que possam ser desenvolvidas no curso. 18,2%

concorda totalmente, 9,1% não concorda e não discorda, 18,2% discorda parcialmente e 4,5% discorda totalmente.

Gráfico 8: Negócio que não deu certo.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Quando perguntados se já tiveram um negócio que não deu certo, 54,5% responderam que não e 45,5% disseram que sim. Nota-se que boa parte dos respondentes já tiveram uma experiência negativa com o empreendedorismo e que mesmo assim, persistem em um novo negócio. A persistência é uma característica empreendedora muito relevante para o sucesso de um negócio. Diante disso, é importante ter em mente uma direção para seguir e conquistar o que deseja. Segundo Malheiros, Ferla e Cunha (2005, p. 29), “é a obstinação que faz com que os empreendedores assumam, como sendo de sua responsabilidade pessoal, a performance necessária para o seu negócio atingir os objetivos desejados”.

Gráfico 9: Gostar de se arriscar.

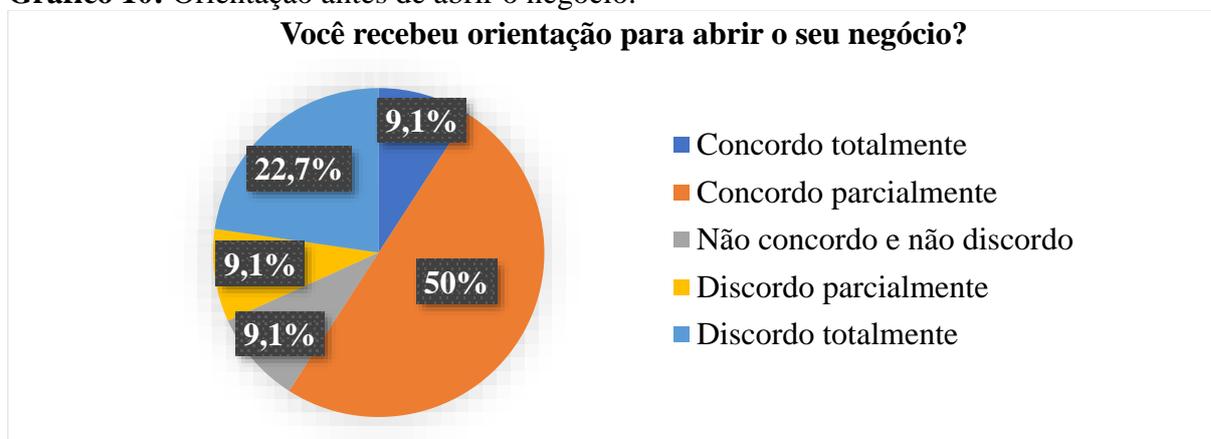


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Com relação a característica empreendedora de correr riscos 72,7% responderam ser do tipo que gostam de arriscar e 27,3% não gostam. Nota-se nos participantes, que esta característica empreendedora está bastante presente, o que corrobora com a definição de

Kempinski (2015), o empreendedor é, em suma, um entusiasta do risco. Realiza ações que podem gerar impactos positivos e/ou negativos, e a cada tentativa tenta aprender um pouco mais para melhorar os impactos positivos e reduzir os negativos.

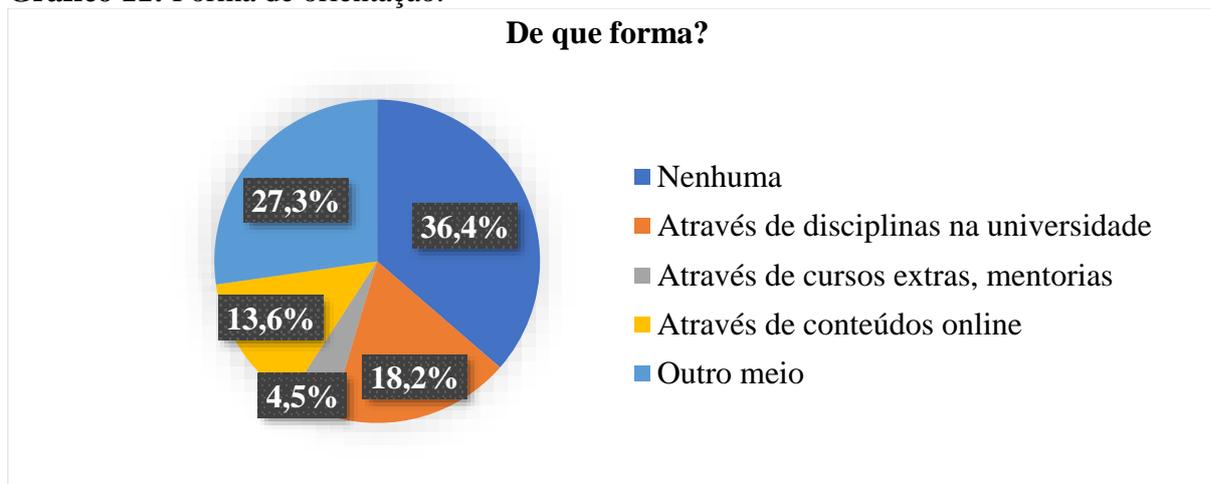
Gráfico 10: Orientação antes de abrir o negócio.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Os dados mostram que 50% concordam parcialmente que receberam orientação para abrir o seu negócio, 9,1% concordam totalmente, 9,1% não concordam e não discordam, 9,1% discordam parcialmente e 22,7% discordam totalmente. Grande parte dos empreendedores obteve algum tipo de orientação, mas de forma parcial.

Gráfico 11: Forma de orientação.

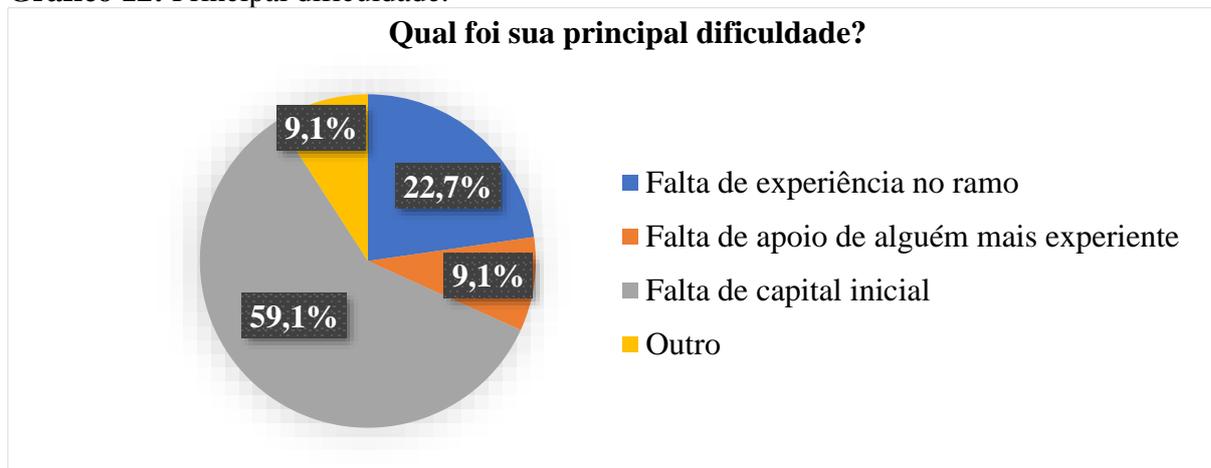


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

E quando perguntados de que forma receberam orientação para abrir o negócio, a maioria, 36,4%, disse que de nenhuma forma, 18,2% através de disciplinas na universidade, 4,5% através de cursos extras e mentorias, 13,6% através de conteúdos online e 27,3% por outros meios. Uma porcentagem razoável diz não ter orientação, o que chama atenção e faz um

alerta também, pois abrir um negócio sem orientação ou planejamento acaba sendo bem arriscado.

Gráfico 12: Principal dificuldade.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Quanto à principal dificuldade que enfrentaram para abrir o negócio, o que mais se destacou foi a falta de capital inicial (59,1%), seguido pela falta de experiência no ramo (22,7%), e os demais, 9,1% falta de apoio de alguém mais experiente e 9,1% disseram ser outra dificuldade. Para os jovens, infere-se a falta de capital como o fator que mais dificulta a abertura de um empreendimento, seguido da falta de experiência.

Gráfico 13: Aplicação de conceitos e práticas.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Quando questionados se conseguem aplicar conceitos e práticas vivenciadas durante o curso, em sua atividade empreendedora, 59,1% responderam que concordam totalmente e 40,9% concordam parcialmente. O que mostra a importância do curso para esses

empreendedores, mesmo que muitos ao ingressarem na graduação, já tenham seus negócios, o curso possibilita uma aplicação prática complementar muito valiosa.

Figura 2: Nuvem de palavras que ilustra as transformações que o empreendedorismo causou.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A partir da figura 2, compreende-se que o empreendedorismo proporcionou muitas transformações na vida da maioria dos respondentes, tais como melhoria e ampliação da visão de mercado; identificar oportunidades; experiência prática; independência financeira; realização, autonomia por estarem trabalhando com aquilo que gostam; progresso no relacionamento com o público. Duas pessoas afirmaram que não obtiveram nenhuma transformação.

Figura 3: Nuvem de palavras que ilustra as contribuições da disciplina de empreendedorismo.

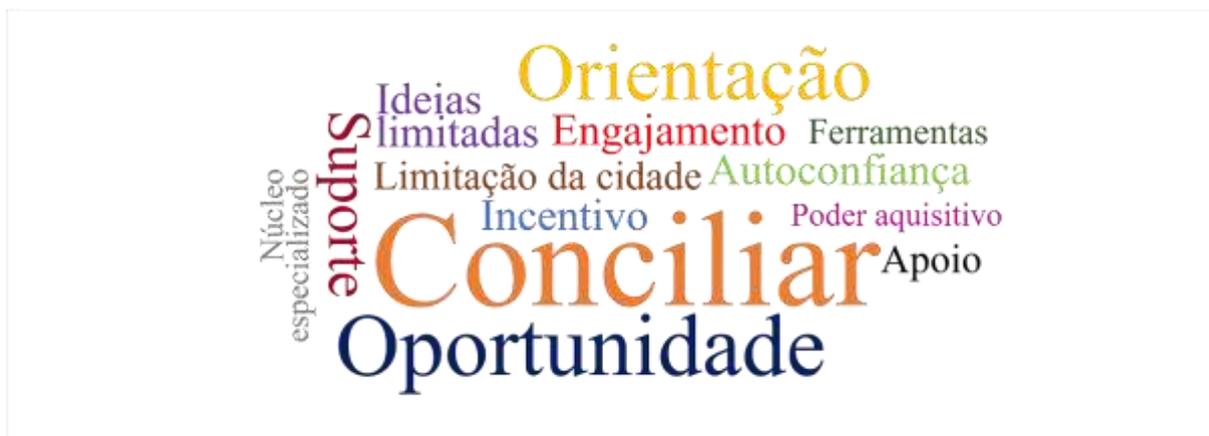


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A partir da figura 3, observa-se que houve contribuições da disciplina de empreendedorismo para o crescimento profissional dos respondentes, como conhecimento teórico para aplicação prática, técnicas e métodos; agregação de valor; ampliar visão;

capacidade de planejamento e ferramentas de gestão. Uma pessoa afirmou não ter nenhuma contribuição e duas pessoas ainda não cursaram a disciplina de empreendedorismo.

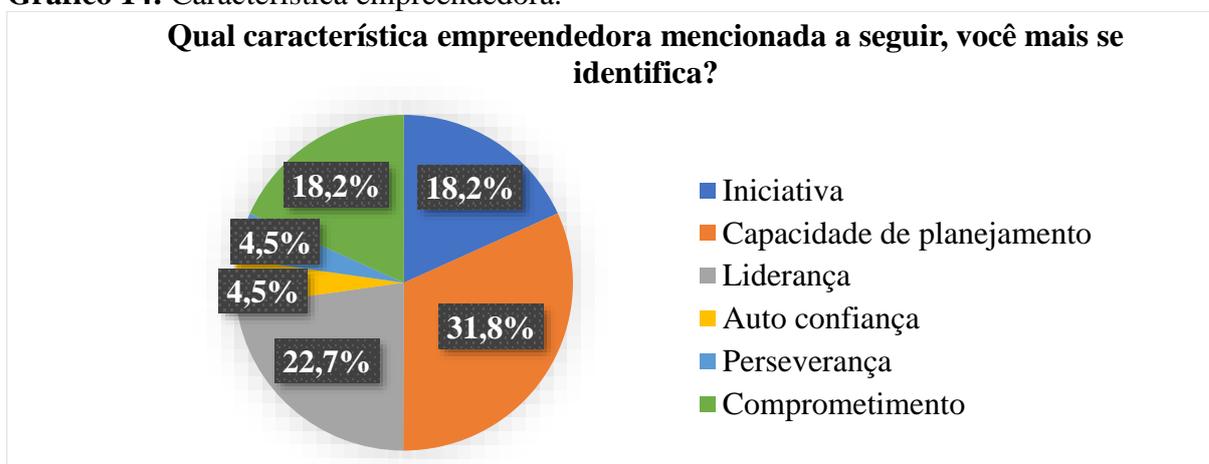
Figura 4: Nuvem de palavras que ilustra os principais desafios dos empreendedores dentro da Universidade.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A partir da figura 4 podemos observar que houve diversos desafios que os empreendedores enfrentam (ram) dentro da Universidade Federal do Piauí - CSHNB. Como conciliar estudos com o negócio; falta de oportunidade, orientação e suporte adequados para os empreendedores; ideias limitadas sobre o empreendedorismo por parte de alguns professores; falta de um núcleo especializado, pouco engajamento e ações para trabalhar o tema.

Gráfico 14: Característica empreendedora.

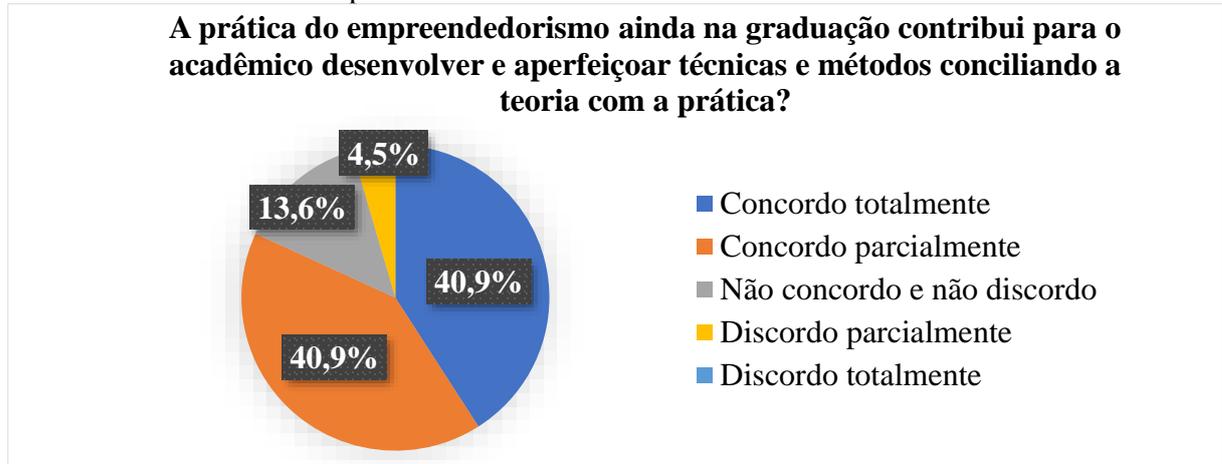


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A característica empreendedora que a maioria dos respondentes mais se identificaram foi a capacidade de planejamento (31,8%), em segundo a liderança com 22,7%, autoconfiança (4,5%) e perseverança (4,5%), comprometimento (18,2%) e iniciativa também 18,2%. Todas as características citadas são características empreendedoras, diante dos resultados a característica empreendedora mais evidente nos participantes é a capacidade de planejamento,

seguida pela liderança, capacidades extremamente importantes para quem está à frente de um empreendimento obter êxito.

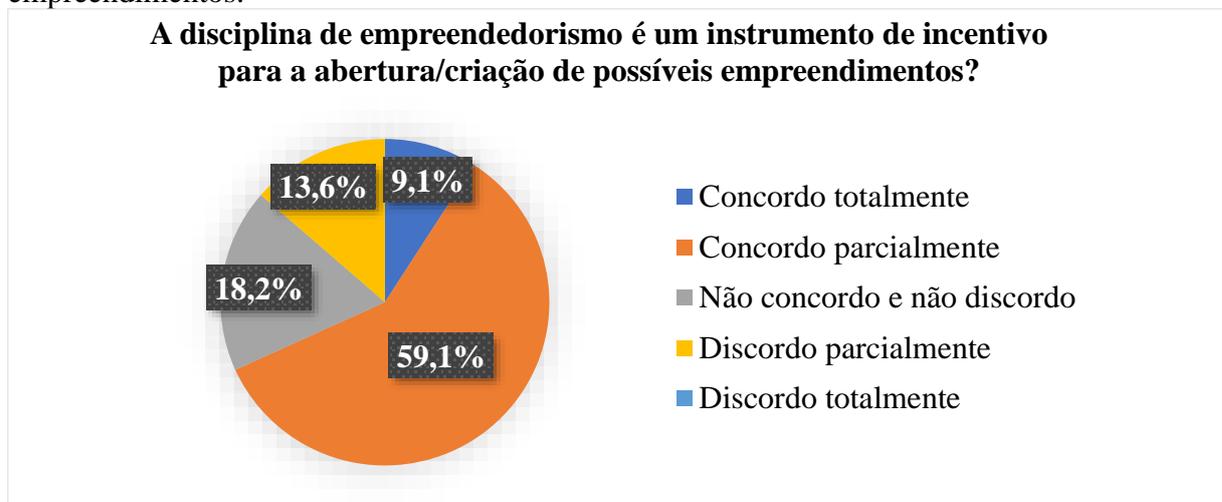
Gráfico 15: Prática do empreendedorismo.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Verifica-se que 40,9% concordam totalmente e 40,9% concordam parcialmente que a prática do empreendedorismo ainda na graduação contribui para o acadêmico desenvolver e aperfeiçoar técnicas e métodos conciliando a teoria com a prática, 13,6% não concordam e não discordam e 4,5% discordam parcialmente. Infere-se que empreender durante a graduação proporcionou para os respondentes desenvolverem e aperfeiçoarem técnicas e métodos.

Gráfico 16: A disciplina de empreendedorismo como incentivo para abertura/criação de empreendimentos.

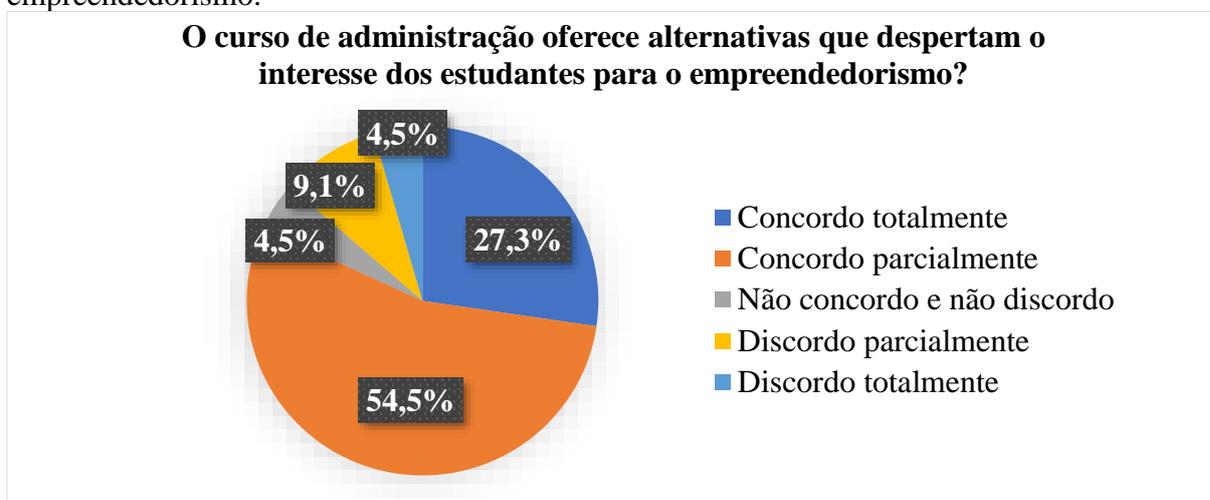


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

A maioria, 59,1%, também concorda parcialmente que a disciplina de empreendedorismo é um instrumento de incentivo para a abertura/criação de possíveis empreendimentos, 9,1% concordam totalmente, 18,2% não concordam e não discordam e,

apenas 13,6% discordam parcialmente. Nota-se que a disciplina de empreendedorismo é um instrumento de incentivo para a abertura de empreendimentos.

Gráfico 17: O curso de Administração desperta o interesse de estudantes para o empreendedorismo.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Observou-se que 54,5% dos respondentes concordam parcialmente que o curso de administração oferece alternativas que despertam o interesse dos estudantes para o empreendedorismo, 27,3% concordam totalmente, 4,5% não concordam e não discordam, 9,1% discordam parcialmente e 4,5% discordam totalmente. O Curso desperta o interesse parcial dos estudantes para empreender, sendo necessário o investimento em mais ações que possam discutir e gerar engajamento sobre o tema.

Diante dessa análise de dados foi identificado que, a maior parte dos jovens empreendedores do curso de administração do campus Senador Helvídio Nunes de Barros são mulheres solteiras, com idade entre 19 e 25 anos, que ainda estão na graduação e que possuem renda familiar de 1 a 2 salários mínimos. Os jovens empreendedores possuem negócios de idades variadas, desde negócios iniciantes de 1 a 11 meses até mais de 5 anos, porém, a maioria dos negócios está com idades de 1 a 4 anos. Dos participantes 36,4% possuem de 2 a 3 negócios, é um número interessante diante da pequena amostra de 22 pessoas, 8 delas já possuem o segundo ou terceiro empreendimento. Nota-se que uma porcentagem significativa dos respondentes já tiveram um negócio que fechou. No que se refere ao propósito do negócio nota-se empreendedores (as) com visões variadas, que vão desde propósitos voltados para desenvolver o mercado local, um segmento específico, praticar conhecimentos e também o lucro.

Os empreendedores do curso de administração iniciaram seus empreendimentos na busca por independência financeira, e um segundo fator foi identificar as oportunidades de

empreender; 59,1% dos respondentes começou empreender durante o curso; 72,7% gosta de se arriscar; as características empreendedoras mais citadas são capacidade planejamento e liderança; o principal fator motivador do empreendedorismo foi o desejo de empreender e ser dono do seu próprio negócio, apenas uma pessoa teve o interesse despertado durante a disciplina de empreendedorismo. Ou seja, a disciplina de empreendedorismo não é o principal fator motivador para a abertura/ criação de novos negócios.

A Universidade ainda não é vista como um elemento de grande incentivo à prática empreendedora, o curso de administração incentiva moderadamente o aluno ao empreendedorismo, porém os respondentes sentem falta de mais ações que possam ser desenvolvidas no curso. O curso possibilita uma aplicação prática complementar muito valiosa, visto que, os jovens conseguem aplicar conceitos na prática. Com relação a orientação para abertura do negócio, grande parte dos empreendedores obteve algum tipo de orientação, mas de forma parcial. Uma porcentagem de 36,4% não obteve nenhum tipo de orientação, o restante obteve orientação por meio de conteúdos nas disciplinas do curso, conteúdos on-line, cursos extras e mentorias ou outros meios. As principais dificuldades enfrentadas foram falta de capital inicial e experiência no ramo.

As principais transformações advindas do empreendedorismo foram: “melhoria e ampliação da visão de mercado; identificar oportunidades; experiência prática; independência financeira; realização, autonomia por estarem trabalhando com aquilo que gostam; progresso no relacionamento com o público”. Já as contribuições profissionais mais citadas, que a disciplina de empreendedorismo proporcionou foram as seguintes: “conhecimento teórico para aplicação prática, técnicas e métodos; agregação de valor; ampliar visão; capacidade de planejamento e ferramentas de gestão. Uma pessoa afirmou não ter nenhuma contribuição e duas pessoas ainda não cursaram a disciplina de empreendedorismo”. Quanto aos desafios dentro do campus foram citados “conciliar estudos com o negócio; falta de oportunidade, orientação e suporte adequados para os empreendedores; ideias limitadas sobre o empreendedorismo por parte de alguns professores; falta de um núcleo especializado; pouco engajamento e ações para trabalhar o tema”.

Infere-se que empreender durante a graduação proporciona aos jovens, desenvolverem e aperfeiçoarem técnicas e métodos. A disciplina de empreendedorismo é um instrumento importante para o incentivo de novos empreendimentos, porém, não aparece como fator principal. O Curso desperta o interesse parcial dos estudantes para empreender, sendo necessário o investimento em mais ações que possam discutir e gerar engajamento sobre o tema.

O empreendedorismo em si é um elemento impulsionador e que desperta o interesse para novas perspectivas empreendedoras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa foi desenvolvida a partir de estudos que visam analisar os impactos do empreendedorismo em jovens empreendedores do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí, Campus Senador Helvídio Nunes de Barros, o empreendedorismo como potencial transformador no desenvolvimento de jovens empreendedores do curso de Bacharelado em Administração. De que forma o empreendedorismo impacta esses jovens durante e após a graduação? Esse artigo foi desenvolvido com base na revisão bibliográfica sobre o tema, e uma pesquisa de campo realizada, a análise foi feita por meio de questionários on-line com jovens empreendedores graduandos e graduados do curso de bacharelado em administração.

O empreendedorismo é um agente de transformação na sociedade, por meio deste é possível modificar cenários e contribuir para o desenvolvimento local e regional. O Brasil, é um exemplo disso, é um país onde as pessoas estão sempre buscando empreender, seja por oportunidade ou por necessidade e, entre os jovens não é diferente, pois estes possuem maior propensão a abraçar novas oportunidades. Porém, muito ainda precisa ser feito para que os jovens sejam instigados a empreender.

Quanto ao objetivo geral é possível dizer que foi alcançado, tendo em vista que buscamos analisar o impacto do empreendedorismo na vida de jovens empreendedores graduandos e graduados do curso de administração, pois, segundo os respondentes, o empreendedorismo trouxe contribuições positivas para as suas vidas, tanto pessoal quanto profissional.

Considerando os objetivos específicos é evidente que os impactos do empreendedorismo nos jovens é muito positivo, estes entram na graduação já com o desejo de empreender e vão se desenvolvendo com o passar do tempo, isso mostra que a universidade e o curso de administração em si apresentam contribuições para esse desenvolvimento, porém, os empreendedores sentem dificuldades, que ambos precisam de mais ações que gerem engajamento e proporcione melhores condições que estimulem o aprendizado, assim como a disciplina de empreendedorismo é moderadamente um dos incentivos para abertura de novos empreendimentos.

Esta pesquisa contribui para enriquecer o conhecimento dos acadêmicos e aprofundar os estudos sobre o tema, que possui notória relevância no meio social, tendo em vista o objeto

de estudo referente aos impactos do empreendedorismo em jovens empreendedores graduandos e graduados e o ambiente acadêmico (universidade, curso e disciplina) como influenciadores e motivadores, os resultados podem ser usados para implementar projetos e ações futuras no melhoramento do curso de administração. A pesquisa apresenta limitações, pois foi realizada de forma online com uma pequena amostra em relação ao número de jovens empreendedores, onde muitas pessoas não aderiram ao nosso convite, o que dificulta obter resultados com mais precisão. Sugere-se que futuramente, esta pesquisa seja complementada por aplicações de entrevistas ou questionários com um número maior de respondentes.

REFERÊNCIAS

ALFREDO, Luiz. **Empreendedorismo: Origem e desafios para o Brasil do século XXI**. Agosto de 2009. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi>> acesso em: 05 de novembro de 2020.

ALVES, Alexandre Rodrigues. **Empreendedorismo**. Rio Grande do Sul: Rede e-Tec Brasil, 2011. Disponível em: <http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_ctrl_proc_indust/tec_autom_ind/empr_end/161012_empreend.pdf> acesso em: 19 de janeiro de 2021.

ALYRIO, Rovigati Danilo. **Métodos e técnicas de pesquisa em administração**. Volume único - Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2009.

BARBOSA, Lucas Oliveira; COSTA, Túlio Vieira Bassi. **Perfil empreendedor: Um estudo sobre as características do perfil empreendedor**. Volta Redonda/RJ, 2015. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/6712/1/LUCAS%20OLIVEIRA%20BARBOSA.pdf>> acesso em 18 de dezembro de 2020.

BATTISTI, Patricia; WEINZIERL, Greici. **Empreendedorismo**. Cuiabá: UAB/EdUFMT, 2010. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/342/2020/04/EMPREENDEADORISMO.pdf>> acesso em: 09 de janeiro de 2021.

BIROCHI, Renê. **Metodologia de estudo e de pesquisa em administração**. Florianópolis : Departamento de Ciências da Administração / UFSC, 2015. Disponível em: <<https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/145396/1/PNAP%20-%20Modulo%20Basico%20-%20GP%20-%20Metodologia%20de%20Estudo%20e%20de%20Pesquisa%20em%20Administracao.pdf>> acesso em: 26 de dezembro de 2020.

BRASIL JÚNIOR. **O índice de universidades empreendedoras**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1/o/17112016-Livro-Universidades-Empreendedoras.pdf>> acesso em: 14 de dezembro de 2020.

COMAZZETTO, Letícia Reghelin; VASCONCELLOS, Sílvio José Lemos; PERRONE, Cláudia Maria; GONÇALVES, Julia. **A geração Y no mercado de trabalho: um estudo comparativo entre gerações**. 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/pcp/v36n1/1982-3703-pcp-36-1-0145.pdf>> acesso em: 21 de novembro de 2020.

CONAJE. **Relatório executivo: Perfil do jovem empreendedor brasileiro**. Editora Globo: revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios; Junho, 2014. Disponível em: <<http://conaje.com.br/wp-content/uploads/Relat%C3%B3rio-do-Perfil-do-Jovem-Empreendedor-Brasileiro-1.pdf>> acesso em: 21 de dezembro de 2020.

¹ Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros;

² Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros;

³ Docente da Universidade Federal do Piauí, Especialista, Orientadora.

CONAJE. **Relatório executivo: Perfil do jovem empreendedor brasileiro**. Editora Globo: revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios; 2016.

Disponível em: <<http://conaje.com.br/wp-content/uploads/Relat%C3%B3rio-da-2%C2%AA-edi%C3%A7%C3%A3o-da-pesquisa.pdf>> acesso em: 21 de dezembro de 2020.

DINO. **Pesquisa aponta que 74% dos jovens brasileiros desejam empreender**. Setembro de 2019. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/pesquisa-aponta-que-74-dos-jovens-brasileiros-desejam-empreender,2f516d92f1fa3c12306ca0d17f1b6199pzmza6oz.html>> acesso em: 21 de dezembro de 2020.

DORNELAS, José C. Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GARCIA, et al. **Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação á criação de empresas por alunos universitários**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.1, n.3, 2012. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/39/31>> acesso em; 18 de outubro de 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 5.ed.- São Paulo: Atlas, 2010.

Global Entrepreneurship Monitor-GEM. **Empreendedorismo no Brasil**, relatório executivo - 2018. Disponível em:

<<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>> acesso em: 12 de novembro de 2019.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. - 7º ed. - Porto Alegre: Brookman, 2009.

JULIEN, Pierre André. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KEMPINSKI, Carla. **Empreender é a arte de correr riscos**. Disponível em <<https://empreendedor.com.br/artigo/empreender-e-a-arte-de-correr-riscos/#:~:text=O%20empreendedor%20%C3%A9%2C%20em%20suma,positivos%20e%20r eduzir%20os%20negativos>> acesso em 05 de janeiro de 2020.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J. C. de Almeida. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. Florianópolis : IEA W Instituto de Estudos Avançados. 2ª edição, 2005.

MASSENSINI, Ariana Ramos. **Empreendedorismo**. Rio Grande do Sul: Rede e-Tec Brasil, 2011. Disponível em: <http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/~faii/lib/exe/fetch.php?media=empreendedorismo_completo_02_1_.pdf> acesso em: 18 de janeiro de 2021.

MARTINS, Gilberto de Andrade; LINTZ, Alexandre. **Guia para a elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. - São Paulo : Atlas, 2000.

PIANA, Maria Cristina. **A construção do perfil do assistente social no cenário educacional**. - São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em:<<https://static.scielo.org/scielobooks/vwc8g/pdf/piana-9788579830389.pdf>> acesso em 12 de janeiro de 2021.

SEBRAE. **O empreendedorismo nas universidades brasileiras**. 2017. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-empreendedorismo-nas-universidades-brasileiras,6ad3352450608510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> acesso em 13 de novembro de 2019.

SILVA, André Luís. **Empreendedorismo universitário**. 1º ed. - Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2019.

SILVA, André Luís; BIANCHI, Rodrigo Fernando. **Empreendedorismo universitário - Empreender como escolha e não como necessidade**. 1. ed. - Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2019.

SILVA, André Luís; MONTEIRO, Soraia A.; FREITAS, Alan F. de. **Empreendedorismo universitário - Ensino superior e empreendedorismo: a experiência das empresas juniores**. Cap. 2, 1. ed. - Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2019.

SOUSA, Kleber Cavalcante de. **Cartilha: empreendedorismo e empreendedores**. Natal: Caule de Papiro, 2019.

SOUZA, Ivan de. **Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios**. Janeiro de 2020. Disponível em:<<https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empreendedorismo/>> acesso em: 28 de outubro de 2020.

APÊNDICE I - Questionário da pesquisa



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS - PICOS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO



Questionário sócio acadêmico - Pesquisa de TCC II

Este questionário possui fins acadêmicos. Os dados obtidos através do mesmo, tem por objetivo analisar os impactos do empreendedorismo, como potencial transformador no desenvolvimento de jovens empreendedores do curso de Bacharelado em Administração do Campus Senador Helvídio Nunes de Barros- UFPI. Sua contribuição é fundamental para que esta pesquisa possa alcançar seus objetivos e gerar resultados.

Questionário Socioeconômico

Sexo:

- Masculino
- Feminino
- Outros

Estado Civil:

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Em União Estável
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

Idade:

- Menos de 18 anos
- De 19 a 25 anos
- De 26 a 32 anos
- De 33 a 39 anos
- Mais de 40 anos

4) Escolaridade:

- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação

5) Renda familiar:

- Menos de 1 salário mínimo
- De 1 a 2 salários
- De 2 a 4 salários
- Mais de 5 salários

Questionário Avaliativo

06) Há quanto tempo você é um empreendedor?

- Menos de 6 meses
- De 7 a 11 meses
- De 1 a 2 anos
- De 3 a 4 anos
- Mais de 5 anos

7) Quantos empreendimentos você possui?

- Apenas 1
- De 2 a 3
- 4 a 5
- Mais de 5

8) Qual o propósito do seu negócio?

9) Comecei o meu negócio por:

- Oportunidade
- Necessidade
- Para fazer o que gosto
- Independência financeira
- Outros

10) Comecei a empreender:

- Antes de iniciar a graduação
- Durante a graduação
- Após finalizar a graduação

11) O Principal fator que me motivou a empreender ainda durante a graduação foi:

- Incentivo de amigos
- Incentivo de professores durante as aulas de empreendedorismo
- Interesse despertado a partir de algum projeto realizado na disciplina de empreendedorismo
- Sempre tive vontade de empreender
- Não iniciei o meu negócio durante a graduação

12) A Universidade incentiva o empreendedorismo?

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo e não discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

13) O curso de administração incentiva o aluno ao empreendedorismo?

- Concordo totalmente

- Concordo parcialmente
- Não concordo e não discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

14) Você já teve um negócio que não deu certo?

- Sim
- Não

15) Você é do tipo que gosto de arriscar?

- Sim
- Não

16) Você recebeu orientação para abrir o seu negócio?

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo e não discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

17) De que forma?

- Nenhuma
- Através de disciplinas na universidade
- Através de cursos extras, mentorias
- Através de conteúdos online

Outro meio

18) Qual foi sua principal dificuldade?

- Falta de experiência no ramo
- Falta de apoio de alguém mais experiente
- Falta de capital inicial
- Outro

19) Você consegue aplicar conceitos e práticas vivenciadas durante o curso, em sua atividade empreendedora?

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo e não discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

20) Que transformações o empreendedorismo causou na sua vida?

21) Quais as contribuições da disciplina de empreendedorismo para o seu crescimento profissional?

22) Qual o principal desafio dos empreendedores dentro da Universidade Federal do Piauí - CSHNB?

23) Identificar o perfil empreendedor dos estudantes na Universidade Federal do Piauí - CSHNB;

Iniciativa

Capacidade de planejamento

Liderança

Autoconfiança

Perseverança

Comprometimento

24) A prática do empreendedorismo ainda na graduação contribui para o acadêmico desenvolver e aperfeiçoar técnicas e métodos conciliando a teoria com a prática?

Concordo totalmente

Concordo parcialmente

Não concordo e não discordo

Discordo parcialmente

Discordo totalmente

25) A disciplina de empreendedorismo é um instrumento de incentivo para a abertura/criação de possíveis empreendimentos?

Concordo totalmente

Concordo parcialmente

Não concordo e não discordo

Discordo parcialmente

Discordo totalmente

26) O curso de administração oferece alternativas que despertam o interesse dos estudantes para o empreendedorismo?

Concordo totalmente

Concordo parcialmente

Não concordo e não discordo

Discordo parcialmente

Discordo totalmente



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
- () Dissertação
- (**X**) Monografia
- () Artigo

Eu, **Tatiane de Lima Freitas**, autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação **Empreendedorismo Universitário: Uma análise a partir do curso de Administração da UFPI-CSHNB** de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI **31** de **março** de 2021.

Tatiane de Lima Freitas

Assinatura

Thaís de Sousa Silva

Assinatura