

# Empreendedorismo e ensino superior: análise do perfil empreendedor de alunos de um centro universitário

Entrepreneurship and higher education: analysis of the entrepreneurial profile of students at a university

Marcela Bortotti Favero<sup>1</sup>, Camila Chirnev<sup>1</sup>, Patrícia Rodrigues da Silva<sup>2</sup>, Luiz Henrique Paloschi Tome<sup>1</sup>, Rafael Thiago Cezarin<sup>1</sup>, Mariana Penha<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Centro Universitário Cidade Verde, UniCV, São Paulo – SP, Brasil

<sup>2</sup> Faculdade Pequeno Príncipe, FPP, Curitiba – PR, Brasil

<sup>3</sup> Universidade Estadual de Maringá, UEM, Maringá – PR, Brasil

### RESUMO

A aproximação entre o mundo acadêmico e empresarial têm sido fundamental para a inovação e o desenvolvimento do país, e a importância em gerar novos conhecimentos e benefícios para seus alunos, para pesquisa e para as empresas. Diante disto, o objetivo do presente artigo é apresentar o perfil empreendedor dos discentes de uma instituição de ensino superior do noroeste do Estado do Paraná. Para atingir este objetivo, realizou-se uma pesquisa de natureza mista (qualitativa e quantitativa), do tipo exploratória-descritiva, tendo como técnica de coleta de dados questionário. Os resultados mostraram que os discentes apresentam traços de um perfil empreendedor por necessidade e uma baixa iniciativa própria em participar de eventos extracurriculares sobre empreendedorismo. Diante disso, destaca-se a responsabilidade e o desafio da instituição estimular, atrair, engajar e formar também para o empreendedorismo, abordando o tema de forma transversal, intra e interdisciplinar em suas matrizes curriculares.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, ensino superior, perfil empreendedor

### ABSTRACT

The collaboration between the academic and business sectors has been fundamental for the innovation and development of the country, emphasizing the importance of generating new knowledge and benefits for students, research, and companies. In this context, the objective of this article is to present the entrepreneurial profile of students from a higher education institution in the northwest of the State of Paraná. To achieve this objective, a mixed-methods research (qualitative and quantitative) of an exploratory-descriptive nature was conducted, using a questionnaire as the data collection technique. The results showed that the students exhibit traits of a necessity-driven entrepreneurial profile and have low initiative in participating in extracurricular events related to entrepreneurship. In light of this, the institution's responsibility and challenge to stimulate, attract, engage, and educate for entrepreneurship are highlighted, addressing the topic transversally and integrating it into its curricular matrices in an intra- and interdisciplinary manner.

**Key words:** Entrepreneurship, higher education, entrepreneurial profile



Isabelle Clara Clemente. MBF. Av. Advogado Horácio Raccanello Filho, 5950 – Zona 7 – 87020-035, Maringá, PR, Brasil.

E-mail: prof\_marcela@unicv.edu.br

Recebido: Junho de 2023

Aceito: Janeiro de 2024

GESTÃO, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO ISSN 2595-5861

© Faculdade Metropolitana.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13852022>

## INTRODUÇÃO

A temática de empreendedorismo é relevante, especialmente pelo papel que o mesmo tem na economia e no desenvolvimento de diversas regiões (GOMES, 2005; DORNELAS, 2008; PAREDES, 2021; MORAES, 2022). Para Hisrich & Peter, (2004, p. 33): “O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”. Neste sentido, entende-se o empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento das regiões (GOMES, 2005; RAMOS, 2013), auxiliando assim na distribuição de produtos e serviços, inovações e conseqüentemente, gerando empregos.

Por isso, há um movimento de ações governamentais para motivar os empreendedores, sendo as Instituições de Ensino atores fundamentais neste processo (Shane, 2004). Afinal, são nestas instituições que habilidades e comportamentos são desenvolvidos; assim sendo, é necessário que estas instituições voltem o desenvolvimento para as características e comportamentos dos empreendedores que já foram identificados pela literatura.

Um estudo realizado pelo Sebrae e Endeavor em 2016, que contou com a participação de 2.230 alunos, 680 professores e mais de 70 instituições de ensino superior no Brasil, mostrou que existe um movimento para vencer as barreiras da economia e do mercado de trabalho, fomentando o empreendedorismo como um bom caminho para profissionais que

estão dispostos a inovar. Estudos apontam que a inserção de empreendedorismo no currículo e a criação de ambientes que incentivam o empreendedorismo no interior das instituições, como algumas das ações que permeiam o caminho criado pelas IES para promover o empreendedorismo e inovação, enfrentar o desenvolvimento tecnológico, transformações nos negócios e mudanças sociais, atuando em conjunto com o mercado e a comunidade. Nessa perspectiva, as Instituições de Ensino Superior têm focado na educação empreendedora, em razão da interface da inovação, criatividade, habilidade e gestão, e como consequência aumentam a intenção por parte dos alunos de criarem novos negócios (Shinnar, Pruett e Toney, 2009).

Assim, uma educação empreendedora possibilita a formação com o viés do que o mercado de trabalho necessita, ou seja, estamos diante de um cenário empregatício diferente, no qual há um declínio do emprego formal e uma ascensão de empreendedores formais e informais no Brasil e no mundo. Além disto, é importante ressaltar a importância dos intraempreendedores para o desenvolvimento das empresas nas quais atuam, especialmente pelo foco em resolução de problemas e olhar aguçado para oportunidades.

Diante deste cenário, as instituições de ensino têm buscado criar, testar e aperfeiçoar metodologias para o desenvolvimento das habilidades empreendedoras de seus alunos. Este estudo debruça-se sobre a realidade de uma instituição de ensino superior do noroeste do estado do Paraná, e tem como objetivo identificar o perfil empreendedor de seus

discentes. Sobre este assunto, (SANTOS; MINUZZI; CRUZ, 2007, p. 8) afirmam que:

[...] deve-se dar atenção, antes de tudo, ao estabelecimento do perfil empreendedor dos alunos que compõem a turma, que pode ter origem na cultura familiar, ligada aos negócios, e a partir daí focar também no desenvolvimento dos traços psicológicos ligados ao empreendedorismo.

Acredita-se que tal perspectiva de investigação seja fundamental para a compreensão do perfil de universitários bem como para a promoção de ações assertivas por parte da instituição. Assim sendo, este artigo tem como objetivo apresentar o perfil empreendedor dos alunos e ainda, estimar o logaritmo da razão de chances do aluno ser empreendedor a partir do seu gênero e sua faixa etária, sendo a população estudada composta por alunos do ensino superior de uma instituição de ensino que atua no presencial e EAD.

## REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Rocha e Freitas (2014, p.466) “o empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico que tem sido valorizado em virtude da sua influência no crescimento e desenvolvimento de economias regionais e nacionais”. Para que o mesmo aconteça têm-se com destaque o empreendedor, sujeito que visa através de seus esforços pessoais alcançar resultados. Devido a importância deste, o empreendedor já foi objeto de diversos estudos, especialmente, aqueles com o objetivo de identificar características que facilitam suas atividades. Neste referencial teórico, discute-se a importância do empreendedorismo, o perfil empreendedor e o papel das instituições de

ensino na promoção e fortalecimento do mesmo.

## Empreendedorismo e as instituições de ensino superior

O empreendedorismo no Brasil está crescendo, principalmente pelo espírito empreendedor que está aflorando nos jovens, esses estão diretamente ligados aos mais diversos tipos de tecnologia. Segundo o Sebrae (2021), os jovens necessitam de acompanhamento e instruções para que sejam potencializadas suas habilidades e conhecimentos, pois esses já possuem características consideradas empreendedoras. Ainda o Sebrae aponta importantes características dos jovens empreendedores, sendo elas: autoconfiança, percepção para oportunidades, rede de contatos e comprometimento (2021).

Nessa linha de raciocínio, De Ré (2000) aborda sobre as características predominantes do empreendedor, que além de depender de fatores de negócios, dependem do processo comportamental empreendedor. O autor destaca que embora existam características empreendedoras marcantes em pessoas, independentemente do ramo de atuação, as atitudes empreendedoras se modificam de acordo com o tempo e estímulo do contexto de cada um. A partir daí, nota-se a importância de um processo educativo no que tange o empreendedorismo, algo que vem ganhando espaço nos ambientes educacionais nos últimos anos, nas diferentes etapas de ensino.

Nessa perspectiva de educação empreendedora, Ottoboni (2003) a cita como uma metodologia em construção, alternativa

para o ensino de Administração, com o objetivo de promover aos estudantes experiências empreendedoras em ambientes, situações, simulações e desafios, que suscitam o desenvolvimento de competências econômicas e sociais que coadunam com os novos requisitos e necessidades do mundo do trabalho.

Ampliando o entendimento do desenvolvimento de pessoas empreendedoras, cabe trazer à discussão a percepção de Drucker (2002), que qualifica empreendedores como aqueles que inovam e estão embebidos em um processo de mudança que sempre proporciona a oportunidade para o novo, para o diferente. Diante desse contexto, começa-se a refletir o que seria então, uma instituição de ensino empreendedora.

Ao partir dessa reflexão e análise dos conceitos-chave de empreendedorismo, cabe ressaltar que para ser caracterizada como empreendedora, não basta a instituição de ensino incluir no seu currículo conteúdos e/ou disciplinas de empreendedorismo, seja para atender a um requisito da legislação ou tornar os seus cursos mais “atrativos”, é necessário se assumir em um novo paradigma educacional de empreendedorismo, de modo que os estudantes que passarem pela instituição, vivenciem e percebem as experiências empreendedoras ao longo do processo educativo. Como afirma Dolabela (2003, p. 83), “a construção do conhecimento parte de situações reais capazes de criar vínculos naturais entre os conhecimentos anteriores e os novos conhecimentos do aluno”.

Vê-se assim, que a promoção de uma educação empreendedora busca promover uma cultura de empreendedorismo que contribui para a formação de cidadãos mais preparados para as transformações do mundo do trabalho e novas demandas da sociedade como um todo. Em relação aos alunos do ensino superior, diante do atual contexto econômico, o empreendedorismo surge como uma alternativa para enfrentar as dificuldades de inserção no mercado de trabalho (Santarelli, Carree e Verheul, 2009; Remeikiene e Startiene, 2009).

Segundo Rocha e Freitas (2014) a educação é uma das formas mais eficientes de se divulgar a cultura e formar novos empreendedores. Visto a importância das universidades na formação de pesquisadores e profissionais, é por meio delas que a preparação e capacitação acontece. Segundo dados publicados pelo INEP existem no país 2.608 instituições de educação superior. Dessas, 2.306 são privadas e 302 públicas. E, do total de matrículas na educação superior (8.604.526), a maior parte, 6.524.108, está na rede privada (2020).

Mesmo com tamanha quantidade de IES e sua devida importância na formação dos jovens, essas instituições ainda possuem dificuldades de fomentar o empreendedorismo. Sendo que é visto com bons olhos para que os futuros profissionais consigam conectar seus conhecimentos e habilidades adquiridas para criar soluções inovadoras (SEBRAE, 2017). Ainda segundo o SEBRAE:

[...]ao redor do mundo, centenas de universidades já reconheceram o papel e o poder da educação empreendedora sobre a inovação e o desenvolvimento

econômico dos países. Assim, é preciso estabelecer estratégias para multiplicar o número de universitários que criam empresas inovadoras e transformam os setores em que atuam, gerando milhares de empregos no caminho (2017).

A universidade deve potencializar e inspirar o empreendedorismo, o sonho e o estímulo ao aluno, a fim de gerar desenvolvimento econômico e social na comunidade. Porém, as instituições não estão atendendo às necessidades dos alunos: enquanto cerca de 65% dos professores estão satisfeitos com iniciativas de empreendedorismo dentro das universidades, a média de satisfação entre alunos é de 36% (SEBRAE, 2016).

Por outro lado, o aluno também precisa querer ou ser instigado a pensar sobre a possibilidade de empreender. A pesquisa do Sebrae (2017) mostra que aqueles alunos que tiveram contato com alguma disciplina sobre empreendedorismo é o mesmo que pretende empreender nos próximos 3 anos, tais alunos tiram nesse momento suas dúvidas e valorizam a IES que possuem iniciativas empreendedoras.

Um das iniciativas das IES é a oferta de disciplinas de empreendedorismo. Segundo Costa et al. (2022), ao inserir o empreendedorismo no processo de ensino e aprendizagem formal, beneficia-se as comunidades menos privilegiadas e concretizam processos de transformação pessoal.

Percebe-se tamanha importância de disciplinas sobre empreendedorismo, mas também é possível notar que podem ser potencializadas essas ações dentro da IES e que o aluno ainda procura algo a mais. Fala-se

de empreendedorismo e inovação e deve ser falado também de como proteger a propriedade intelectual dos bens tangíveis e intangíveis oriundos das criações que venham acontecer dentro ou depois que o aluno sair da IES.

A maioria dos registros que visam a proteção da propriedade intelectual são feitos no Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI. Segundo o INPI podem ser protegidos em sua base as Marcas, Patentes, Desenhos Industriais, Indicações geográficas, Programas de Computador e Topografias de Circuitos Integrados. A proteção de uma propriedade intelectual é fator primordial para que o inventor tenha o direito de uso exclusivo ou conceda o uso visando maior abrangência e força comercial perante a sua invenção.

Leva-se em conta que as startups necessitam de investimentos para que possam escalar e obter sucesso, neste passo a protração da intelectualidade e propriedade industrial eleva ainda mais o nível de sua importância, pois investidores e possíveis interessados tendem a verificar se existe devida segurança e vantagens que os levem a crer que o negócio é promissor. Dentre de devida importância cabe às IES que estão transmitindo conhecimento, levar informações sobre as possibilidades de proteção industrial e da intelectualidade aos alunos que pretendem empreender fazendo o uso de inovações.

As instituições devem criar meios que possam ir além de somente disciplinas sobre empreendedorismo, startups e a proteção da propriedade intelectual e industrial, mas sim criar ambientes que proporcionem o empreendedorismo e a inovação no meio

acadêmico para que saiam dessas ações jovens empreendedores.

## METODOLOGIA

O presente estudo buscou identificar o perfil empreendedor discente do Centro Universitário Cidade Verde (UniCV) a partir de dados primários coletados por meio de questionário. A pesquisa é de caráter quantitativo, sendo a coleta de dados realizada pelo Google Forms no período de maio de 2021 a dezembro de 2021.

Em relação a construção do instrumento de avaliação do perfil empreendedor, ressalta-se que teoricamente persistem as lacunas e necessidades de desenvolvimento de um instrumento de avaliação, sendo que os autores recorrem hoje a diferentes metodologias para avaliar a intenção de criação de novos negócios e/ou potencial empreendedor (SANTOS, CAETANO & CURRAL; 2010). Assim sendo, para esta pesquisa baseou-se nos estudos referentes ao perfil empreendedor e as *soft skills* necessárias (AHADI & KASRAIE, 2020; HISRICH & PETERS, 2004; KAI, 2022).

Inicialmente foram feitas análises preliminares e apresentação dos principais resultados por meio de gráficos e posteriormente foram aplicadas técnicas estatísticas às variáveis que contam com respostas de todos os alunos. A variável “empreendedor” é binária, assumindo valor 1 quando o aluno é empreendedor e 0 quando não é; “gênero” também assume valores 1 (mulheres, LGBTQIA+ e não declarados) e 0

(homens); a faixa etária foi captada pela variável “idade”, estabelecida como categórica, assumindo os valores 0 (abaixo de 24 anos), 1 (25 a 39 anos), 2 (40 a 60 anos) e 3 (acima de 61 anos); “uf” representa a unidade federativa de residência do aluno, também categórica de 0 a 26; “ensino” é binária, assumindo 0 para alunos de graduação e 1 pós-graduação; e, “área” é categórica, de 0 a 9, considerando 10 grandes áreas do conhecimento referentes ao curso do aluno.

Quanto às análises estatísticas, aplicou-se teste qui-quadrado ( $\chi^2$ ) de independência para verificar a existência ou não de associação entre a variável “empreendedor” e as variáveis “gênero”, “idade”, “uf”, “ensino” e “área”. Foram calculados os coeficientes de correlação de postos, rho ( $\rho$ ) de Spearman (1987) e tau ( $\tau$ ) de Kendall (1938) entre a variável “empreendedor” e as variáveis “gênero”, “idade”, “uf”, “ensino” e “área”. A partir das constatações desses testes, apresentados na seção de resultados e discussões, foi estimado um modelo de regressão logística (Logit) binomial, a fim de compreender a influência das variáveis “idade” e “gênero” sobre a decisão dos alunos de serem empreendedores.

O modelo Logit binomial é utilizado para estimar as probabilidades dos resultados para uma variável dependente binária (não ocorrência = 0; ocorrência = 1) a partir de um conjunto de variáveis explicativas (BATALGI, 2011). A forma genérica do modelo estimado é dada pela seguinte equação:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_1 + \beta_2 X_i + u_i)}} \quad (01)$$

Em que  $P_i = E(Y_i = 1|X_i)$ , ou seja, a probabilidade de ocorrência de um evento, dado um conjunto de variáveis  $X_i$ . De forma contrária,

$1 - P_i$  é a probabilidade de não ocorrência. Manipulando algebricamente e reescrevendo em termos de razão de chances, tem-se:

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{1 + e^{(\beta_1 + \beta_2 X_i + u_i)}}{1 + e^{-(\beta_1 + \beta_2 X_i + u_i)}} = e^{(\beta_1 + \beta_2 X_i + u_i)} \quad (02)$$

Aplicando o logaritmo natural em (02), tem-se:

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \beta_1 + \beta_2 X_i + u_i \quad (03)$$

Em que  $L_i$  é o logaritmo da razão entre a probabilidade de ocorrência e a probabilidade

de não ocorrência, também denominado Logit (GUJARATI; PORTER, 2009).

Dessa forma, de maneira específica ao modelo do presente trabalho:

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \beta_1 + \beta_2 idade_i + \beta_3 gênero_i + u_i \quad (04)$$

Em que  $P_i$  é a probabilidade do aluno ser empreendedor.

Dessa forma, o objetivo com o modelo foi estimar o logaritmo da razão de chances do aluno ser empreendedor a partir do seu gênero e sua faixa etária. Os resultados do modelo, bem como dos testes preliminares e de ajustamento, são apresentados e analisados na próxima seção.

No mais, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, segundo Gil (2008, p. 42), “as pesquisas descritivas têm como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. Nesta linha de pensamento, este artigo apresenta os dados referente ao perfil empreendedor da amostra estudada e análises comparativas entre os dados e a teoria foram propostas.

## RESULTADOS

O presente estudo e análise tiveram como objetivo identificar o perfil empreendedor discente do Centro Universitário Cidade Verde (UniCV) a partir de dados primários coletados por meio de questionário entre maio e agosto de 2022, obteve-se 1349 respondentes.

### Análise preliminar

Após tabulação dos dados e análise das tabelas de frequências e gráficos, realizou-se o teste qui-quadrado de independência para verificar a existência ou não de associação entre a variável “empreendedor” e as variáveis “gênero”, “idade”, “uf”, “ensino” e “área”. Os valores das estatísticas dos testes, bem como os respectivos valores, constam na Tabela X. Observa-se, pelos resultados e considerando um nível de significância de 5%, que a variável “empreendedor” é independente das variáveis “uf”, “ensino” e “área”. Por outro lado, o teste evidencia que o fato do aluno ser empreendedor

ou não está associado ao gênero e a faixa etária.

Área	0,0251	0,3656	0,0222	0,3655
------	--------	--------	--------	--------

Tabela 1. Testes qui-quadrado de independência.

Variável	$\chi^2$	p-valor
Gênero	13,200	0,000
Idade	17,760	0,000
UF	34,972	0,089
Ensino	0,544	0,461
Área	11,764	0,227

Além dos teste de independência, a fim de trazer maior robustez à análise e ajudar a entender o relacionamento das variáveis, foram calculados os coeficientes de correlação de postos, rho ( $\rho$ ) de Spearman (1987) e tau ( $\tau$ ) de Kendall (1938) entre a variável “empreendedor” e as variáveis “gênero”, “idade”, “uf”, “ensino” e “área”. Reforçando os resultados vistos nos testes qui-quadrado, os dados apresentados na Tabela Y demonstram que não há correlação estatisticamente significativa entre a variável “empreendedor” e as variáveis “uf”, “ensino” e “área”, corroborando a não rejeição da hipótese nula de independência entre as variáveis. Contudo, existe correlação negativa entre “empreendedor” e “gênero” e correlação positiva entre “empreendedor” e “idade”, ao nível de significância de 1%.

Tabela 2. Coeficientes de correlação com a variável “empreendedor”.

Variável	$\rho$	p-valor	$\tau$	p-valor
Gênero	-0,1008	0,0003	-0,1008	0,0003
Idade	0,1132	0,0000	0,1072	0,0000
UF	0,0017	0,9500	0,0015	0,9500
Ensino	-0,0205	0,4611	-0,0205	0,4609

A partir das constatações dos testes das Tabelas X e Y, foi estimado um modelo de regressão logística (Logit) binomial, a fim de compreender a influência das variáveis “idade” e “gênero” sobre a decisão dos alunos de serem empreendedores. Os resultados das estimativas constam na Tabela Z, em que é possível observar inicialmente que o teste qui-quadrado da razão de verossimilhança (LR) é estatisticamente significativo a 1%, demonstrando que o modelo é estatisticamente significativo. Além disso, a variável “idade” é estatisticamente significativa e possui efeito positivo sobre a probabilidade do aluno ser empreendedor, ao passo que “gênero” (também estatisticamente significativa) tem efeito negativo.

Com o intuito de facilitar a interpretação dos resultados, a partir dos coeficientes  $\beta$  do modelo Logit, foram estimadas as razões de chances,  $e^\beta = \frac{P_i}{(1-P_i)}$ . A partir disso, a mudança de uma faixa etária inferior para uma superior eleva em 1,3476 as chances do aluno ser empreendedor ou cerca de 34,76%. O fato do aluno ser mulher, LGBTQIA+ ou outro (não declarado), diminui em 32,23% a probabilidade de ser empreendedor. De outra forma, considerando o inverso do coeficiente de “gênero”, homens possuem 47,56% de chances de serem empreendedores.

Tabela 3. Estimativas por efeitos randômicos e efeitos fixos.

	Logit	Razões de chance
Variáveis	Empreendedor	

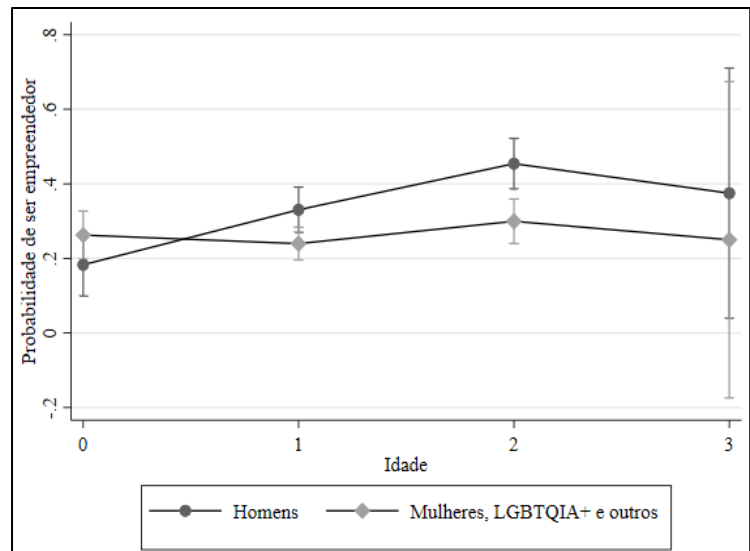


Idade	0,2983*	1,3476*
	(0,0842)	(0,1134)
Gênero	0,3891*	0,6778*
	(0,1237)	(0,0838)
Constante	0,9747*	0,3773*
	(0,1435)	(0,0542)
Qui-quadrado (LR)	25,85*	
Predições corretas	69,92%	
Observações	1.300	

Nota: Erro padrão entre parênteses. Significância estatística: \*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$  e \*\*\*  $p < 0,10$ .

Ademais, foram estimadas as probabilidades dos alunos serem empreendedores de acordo com o gênero e a faixa etária, apresentadas na Figura X. Verifica-se que, abaixo de 24 anos, mulheres, LGBTQIA+ e outros possuem probabilidade em média maior de serem empreendedores que homens, 26,26% e 18,29% respectivamente. Entretanto, à medida que a idade aumenta, a probabilidade de homens serem empreendedores se eleva e ultrapassa o segundo grupo, passando para 33,04% (25 a 39 anos) e 45,41% (40 a 60 anos), caindo para 37,50% acima de 61 anos. A probabilidade para Mulheres, LGBTQIA+ e outros cai na segunda faixa etária (23,97%) e atinge seu máximo entre 40 e 60 anos (29,96%), não sendo estatisticamente significativas as estimativas acima de 61 anos.

Figura 1. Probabilidade estimada de ser empreendedor com intervalo de confiança de 95%.



### Análise dos resultados

Diante do objetivo geral da pesquisa de identificar o perfil empreendedor discente do Centro Universitário Cidade Verde (UniCV), dos 1.349 respondentes 61% não é empreendedor; 17,6% já foi empreendedor, mas no momento não está atuando; 11% é empreendedor e a renda provém do negócio; 10,4% têm um negócio e trabalham com outra atividade para complementar a renda. Diante disso, pode se dizer que os discentes apresentam traços de um perfil empreendedor por necessidade, já que a maioria não é empreendedor e existe uma baixa iniciativa própria em participar de eventos extracurriculares sobre empreendedorismo. Apesar de 83,7% dos respondentes terem apontado o interesse em empreender, ao serem questionados sobre a participação em eventos extracurriculares sobre o tema empreendedorismo, promovidos pela IES, 78,8% não participou de nenhum projeto. O que demonstra ainda a falta de interesse genuíno em empreender. Os relatórios do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) definem o empreendedor por necessidade como aquela

pessoa que se torna um empreendedor por estar diante de uma dificuldade de geração de renda e não identificar (ou ter) melhor opção de trabalho. Ao contrário do empreendedor por oportunidade, relatado com uma agente que toma a iniciativa de iniciar um negócio ou empresa por iniciativa própria, tendo como justificativa da sua ação a percepção de que uma oportunidade inexplorada ou que pode ser melhor explorada.

Os resultados de Rocha e Freitas (2014, p.466) "(...) evidenciaram que os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em empreendedorismo apresentaram alterações significativas no perfil empreendedor", neste sentido, sugere-se que futuras pesquisas permitam um comparativo entre o perfil empreendedor apresentado neste estudo e uma nova pesquisa que deverá ser realizada três anos após a implantação do ambiente de inovação na instituição base deste estudo. Assim será possível avaliar se, as ações desempenhadas por este ambiente tem impacto no perfil dos alunos desta instituição.

Em contrapartida, dos discentes que são empreendedores, alguns dados foram muito relevantes para a análise, pois demonstraram um perfil planejador e autônomo na atividade empreendedora. No que diz respeito à abertura do negócio, 63,2% abriram o seu negócio em até 3 anos; 26,4% abriram seu negócio a mais de 5 anos; 10,4% abriram o seu negócio de 3 a 5 anos. Além disso, 79,9% não realizaram financiamento/empréstimo; 20,1% realizaram financiamento/empréstimo. Outrossim, 86,5% não buscaram algum parceiro para apoio. Sobre o planejamento, 46,2% realizaram um

planejamento antes de abrir o seu negócio; 39,6% não realizam planejamento; 9% começaram, mas não conseguiram terminar o planejamento; 5,2% não sabe como realizar um planejamento. No que diz respeito a formalização do negócio 43,4% abriram um MEI; 25,3% não tem interesse de abrir; 15,6% abriram a empresa no Simples Nacional; 11,5% têm interesse futuramente de abrir uma empresa; 2,4% não tem o interesse de abrir uma empresa; 1,7% não sabe como faz para abrir uma empresa. Sobre as áreas de atuação, 44,1% são de outras áreas e atividades de serviços; 7,6% são da área de Transportes, armazenagem e correio; 6,9% são da área Artes, Culturas, esporte e recreação. Dos respondentes 51,4% trabalham sozinho; 30,9% têm uma pessoa que ajuda, e é da família; 12,8% têm mais de uma pessoa ajudando; 8,3% têm uma pessoa que ajuda e não é da família.

Diante disso, nota-se a tamanha responsabilidade e ao mesmo tempo o desafio da instituição de ensino em questão desenvolver ações que impactem tanto os estudantes que já empreendem como os que ainda não o fazem, de modo a estimular, atrair, engajar e formar no que diz respeito ao empreendedorismo e seus temas adjacentes. No que diz respeito aos estudantes que já empreendem, sugere-se permanecer e fortalecer as ações que trazem conhecimento e experiências de empreendedorismo na prática, de modo a proporcionar aos discentes uma visão sobre os desafios enfrentados por outros empreendedores e os seus casos de sucesso. Já para os discentes que ainda não empreendem, além dos eventos

extracurriculares, ressalta-se a importância (e diferencial) da instituição ofertar o tema como obrigatório na matriz curricular, em forma de disciplina, desenvolvendo-o de forma transversal, intra e interdisciplinar, dando um enfoque para o despertar e estimular do comportamento empreendedor dos discentes, utilizando estratégias de ensino-aprendizagem que tragam a prática empreendedora em questão, como estudos de caso, fóruns de discussão, conversa com especialistas, dentre outros. Tais ações contribuirão para a construção de um novo paradigma educacional, construído etapa a etapa durante toda o processo educativo dos discentes, ratificando o que diz Dolabela (2003) sobre a necessidade de construir o conhecimento a partir de situações que tenham vínculo com a realidade, para assim se construir novos conhecimentos do discente.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta pesquisa teve como objetivo apresentar o perfil empreendedor dos discentes de uma instituição de ensino superior do noroeste do Estado do Paraná. A partir da pesquisa realizada com este fim, foi possível identificar e compreender o perfil empreendedor dos discentes das modalidades presencial e a distância.

Por meio da pesquisa foi possível notar uma parcela dos discentes com perfil empreendedor (já empreendem) e uma maioria que ainda não empreende, mas manifestaram o desejo de empreender. Mesmo com esse interesse, um ponto chamou a atenção na pesquisa realizada, que foi a baixa participação dos discentes em eventos extracurriculares que

abordam o tema empreendedorismo. Eventos estes que trazem oportunidade de diálogo com especialistas, empreendedores e ainda oportunizam aos discentes participarem de atividades que simulam práticas do empreendedorismo.

Destaca-se a necessidade e a importância de a IES continuar com a oferta de tais eventos extracurriculares, como também na oferta da disciplina nas matrizes curriculares dos cursos, como uma forma de estimular o comportamento empreendedor e proporcionar experiências que enriqueçam a jornada acadêmica do discente. Outrossim, destaca-se a importância e a necessidade de um trabalho junto aos docentes e coordenações de curso, para que incentivem e participem junto com os seus alunos dessas ações, bem como sugiram temas relacionados ao empreendedorismo, para que sejam trabalhados.

Por fim, a pesquisa se mostrou relevante para o desenho de novos projetos para atender as demandas das diversas áreas do conhecimento e as parcerias com outros ambientes de inovação estão sendo idealizados e promovidos com a intenção de oportunizar os alunos das modalidades presencial e a distância a ideação, trilha de capacitação e brainstorming com outros empreendedores.

### **CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES**

Todos os autores participaram de todas as etapas de produção do artigo, incluindo a concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados, redação, revisão crítica e aprovação final da versão submetida.

### **CONFLITO DE INTERESSES**

Os autores declaram não haver conflito de interesses.

## REFERÊNCIAS

- AHADI, S.; KASRAIE, S. Contextual factors of entrepreneurship intention in manufacturing SMEs: the case study of Iran. **Journal of Small Business and Enterprise Development** v. 27, n. 4, p. 633-657, jun. 2020.
- BATALGI, B. H. **Econometrics**. 5 th. ed. New York: Springer, 2011.
- BRASIL. **Lei complementar n. 167, de 24 de abril de 2019**. Dispõe sobre a Empresa Simples de Crédito (ESC) e altera a Lei n. 9.613, de 3 de março de 1998 (Lei de Lavagem de Dinheiro), a Lei n. 9.249, de 26 de dezembro de 1995, e a Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006 (Lei do Simples Nacional), para regulamentar a ESC e instituir o Inova Simples. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/Lcp167.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp167.htm). Acesso em: 11 maio 2019
- COSTA, J.M; DEPONDI, C.M.; BROSE, M.E.; KIST, R.B.B. A educação de jovens e adultos no município de Bagé/RS e as percepções dos atores sociais sobre a educação empreendedora no território. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 12, p. 502-520, 2022.
- DE RÉ, Angelita Maria. Um método para identificar características predominantes em empreendedores que obtiveram sucesso utilizando um sistema Neurodifuso. 2000. **Tese** (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis. 2000.
- DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Cultura, 2003.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.
- GOMES, A. F. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. *Revista eletrônica da Administração (REA)*. Uni-FACEF, Franca, SP, v.4, n. 2, REA 07, Jul-Dez 2005. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/real/issue/view/36>. Acesso em 18 Jun 2021.
- GUJARATI, D. N; PORTER, D. C. **Basic econometrics**. 5 th. ed. New York: McGraw-Hill, 2009.
- HISRICH, R. D; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- INEP <https://www.amvapmg.org.br/1/censo-da-educacao-superior-mostra-aumento-de-matriculas-no-ensino-a-distancia/>
- KAI, F.O. Empreendedorismo e soft skills: uma revisão sistemática da literatura na base de dados da Web of Science. **Revista da FAE**, v.25, 2022, Curitiba.
- KENDALL, M. G. A new measure of rank correlation. **Biometrika**, v. 30, n. 1/2, p. 81-93, 1938.
- MORAES, P. S. O empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento: : um olhar sobre o papel das micro e pequenas empresas . **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, [S. l.], v. 7, n. 02, p. 168–181, 2022. Disponível em: <https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/498>. Acesso em: 13 maio 2023.
- OTTOBONI, Célia. Empreendedorismo como metodologia inovadora de ensino: um estudo de caso. SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO FEA/USP, 6. São Paulo. **Anais eletrônicos...** 2003.
- PAREDES, L. O. A. **Estudo da importância dos empreendedores para o desenvolvimento social e econômico do município de Benjamin Constant - AM**. Trabalho de conclusão de curso, Instituto de Natureza e Cultura da Universidade Federal do Amazonas. Departamento de Administração. Benjamin Constant, 2021.
- PGEN. **Revista Pequenas empresas, Grandes Negócios**, 09 nov. 2020. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2020/11/esta-escola-para-startups-faturou-r-1-milhao-em-menos-de-um-ano.html>. Acesso em 23 mar. 2021.
- RAMOS, M. (2013). Solidariedade, inovação social e empreendedorismo no desenvolvimento local. *The Overarching Issues of the European Space*. Ed. Faculdade Letras Universidade do Porto. Pag. 313-342
- REMEIKIENE, R. e STARTIENE, G. Does the interaction between entrepreneurship and

unemployment exist?. **Economics and Management**, v. 14, p. 903-911, 2009.

ROCHA, E.L.C; FREITAS, A.A.F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **RAC**, v.18, n.4, 2014. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/rac/a/RDg86kGXNpFshX6spqYXDrG/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso 23 jan. 2023.

SANTARELLI, E.; CARREE, M. e VERHEUL, I. Unemployment and firm entry and exit: an update on a controversial relationship. **Regional Studies**, v. 43, n.8, p. 1061-1073, 2009.

SANTOS, P. C. F.; MINUZZI, J.; CRUZ, N. J. T. O Ensino do Empreendedorismo nos Cursos de Administração: Sugestões a Partir do Perfil Empreendedor de Estudantes Alagoanos e Catarinense. In: EnEPQ, 1., 2007. Recife. **Anais...** Recife: Anpad, 2007.

SANTOS, S.C.; CAETANO, A.; CURRAL,L. Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: como identificar o potencial empreendedor? **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**. 2010. Disponível em <[https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/11007/1/Correia%20Santos%2c%20Caetano%20e%20Curral\\_2010\\_RPBG%20por.pdf](https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/11007/1/Correia%20Santos%2c%20Caetano%20e%20Curral_2010_RPBG%20por.pdf)>. Acesso 23 jan. 2023.

SIGAHI, C. **Plano de negócio de uma aceleradora de startups para empresas maduras**. Trabalho de conclusão de curso, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Departamento de Engenharia de Produção. São Paulo, 2015.

SEBRAE, Serviço de apoio a micro e pequenas empresas. **ENDEAVOR BRASIL. Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016**. 2016. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/ambiente/pesquisauniversidades-empreendedorismo-2016/>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

SEBRAE, Serviço de apoio a micro e pequenas empresas. **Startup: o que ela faz?** 13 maio. 2020. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pi/artigos/voce-sabe-o-que-e-uma-startup-e-o-que-ela>  
faze15ca719a0ea1710VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em 23 mar. 2021

SEBRAE, Serviço de apoio a micro e pequenas empresas. **O empreendedorismo nas universidades brasileiras**. 20 março 2017. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-empreendedorismo-nas->

universidades-brasileiras,6ad3352450608510VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em 22 jun. 2021.

SEBRAE, Serviço de apoio a micro e pequenas empresas. **Características de jovens empreendedores**. 11 novembro. 2021. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/caracteristicas-de-jovens-empreendedores,6d20ca18faa0d710VgnVCM100000d701210aRCRD>> Acesso em 01 jan. 2023.

SHANE, S. **Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation**. Edward Elgar, Cheltenham, 2004.

SHINNAR, R.; PRUETT, M. e TONEY, B. Entrepreneurship education: attitudes across campus. **Journal of Education for Business**, v. 84, n.3, p. 151-159, 2009.

SPEARMAN, C. E. The proof and measurement of association between two things. **The American Journal of Psychology**, v. 100, n. 3/4, p. 441-471, 1987.

#### COMO CITAR ESSE ARTIGO (ABNT)

FAVERO, M. B. Empreendedorismo e ensino superior: análise do perfil empreendedor de alunos de um centro universitário. **Revista Gestão, Inovação e Empreendedorismo**. Ribeirão Preto, v. 7, n. 1, p. 118-130, 2024.