

**EMPREENDEDORISMO NA UNIVERSIDADE: UM ESTUDO DE CASO  
COM OS ESTUDANTES EMPREENDEDORES.**

**ENTREPRENEURSHIP AT THE UNIVERSITY: A CASE STUDY WITH  
STUDENT ENTREPRENEURS.**

Emília Baptista da Silva

Rosalina Semedo de Andrade Tavares

**RESUMO**

O estudo sobre empreendedorismo no contexto universitário tem como função explicar como os estudantes empreendedores atuam dentro da universidade levando em conta os seus empreendimentos. O empreendedorismo tem desempenhado um papel cada vez mais relevante no contexto universitário, proporcionando oportunidades para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras entre os estudantes. Este artigo tem como objetivo principal conhecer o perfil de estudantes empreendedores na universidade. A pesquisa se caracterizou como um estudo de caso, com o método quali-quantitativo, coletando dados de natureza bibliográfica e pela aplicação de um questionário a 40 estudantes empreendedores, dos quais 29 eram mulheres e 11 eram homens. Os resultados revelaram que a maioria dos estudantes empreendedores são mulheres e que o curso de Administração Pública possui mais estudantes empreendedores. Conclui-se, portanto, que o empreendedorismo é um fator muito importante para o desenvolvimento econômico e social de uma sociedade e torna-se importante que as universidades criem políticas públicas que possam garantir o sucesso dos estudantes empreendedores em seus negócios.

**Palavras-chave:** Universidade Federal. Empreendedorismo. Estudantes.

## **ABSTRACT**

The study of entrepreneurship in the university context aims to explain how students entrepreneurs act within the university, taking into account their ventures. Entrepreneurship has played an increasingly relevant role in the university context, providing opportunities for the development of entrepreneurial skills among students. This article's main objective is to understand the profile of entrepreneurial students at the university. The research was characterized as a case study, with the qualitative-quantitative method, collecting data of a bibliographic nature and applying a questionnaire to 40 entrepreneurial students, of which 29 were women and 11 were men. The results revealed that the majority of entrepreneurial students are women and that the Public Administration course has more entrepreneurial students. It is concluded, therefore, that entrepreneurship is a very important factor for the economic and social development of a society and it is important that universities create public policies that can guarantee the success of students entrepreneurs in their businesses.

**Keywords:** Federal University. Entrepreneurship. Students.

# 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema amplamente discutido atualmente, relacionando-se com a criação de produtos ou serviços pelos quais as pessoas visam obter lucro e gerar emprego em uma determinada sociedade. É um fator que impulsiona o desenvolvimento econômico e social de um país, iniciando-se com uma ideia inovadora de um produto ou serviço que ofereça uma solução a um determinado problema.

A crescente importância do empreendedorismo como motor de inovação, desenvolvimento econômico e criação de oportunidades tem despertado um interesse crescente no contexto universitário. Assim, o presente estudo se debruça sobre o fenômeno do empreendedorismo, particularmente no meio universitário, com o objetivo geral de entender o perfil desses empreendedores.

Para tal, busca-se analisar as experiências dos estudantes empreendedores, bem como identificar os diversos tipos de empreendedorismo adotados por estes. No contexto estudado, o empreendedorismo emerge como um elemento essencial na formação dos estudantes, não apenas como uma alternativa de carreira, mas também como uma ferramenta para estimular a transformação social e econômica em comunidades locais e globais.

Neste sentido, é analisado o fenômeno do empreendedorismo entre os estudantes universitários, com foco especial nas iniciativas empreendedoras desenvolvidas no ambiente acadêmico. Ao compreender o perfil empreendedor dos estudantes e as práticas inovadoras que surgem dentro da universidade, almeja-se contribuir para a compreensão do papel do empreendedorismo na formação acadêmica e para o fomento de uma cultura empreendedora na universidade.

Ao analisar as experiências dos estudantes empreendedores, este estudo busca não apenas compreender os desafios e oportunidades enfrentados por esses indivíduos, mas também destacar o potencial impacto positivo que suas iniciativas podem ter no contexto local, regional e internacional. Isso possibilitará o desenvolvimento de estratégias e políticas adequadas que promovam uma cultura empreendedora na instituição. A escolha do tema partiu da observação do aumento de estudantes empreendedores na universidade.

Ademais, pretende-se contribuir para a disseminação de boas práticas empreendedoras dentro da universidade, contribuir para fomentar o diálogo sobre o papel do empreendedorismo no ambiente universitário, incentivando a reflexão sobre como as instituições de ensino superior podem atuar como catalisadoras do espírito empreendedor e agentes de transformação social

incentivando a colaboração, a criatividade e a busca por soluções inovadoras para desafios contemporâneos.

Portanto, este estudo visa contribuir para a ampliação do conhecimento sobre o empreendedorismo no ambiente universitário e fornecer subsídios para a implementação de ações que apoiem e fortaleçam o empreendedorismo entre os estudantes, incentivando-se a inovação, contribuição para o crescimento econômico local e preenchimento de lacuna na literatura acadêmica ao oferecer insights sobre o empreendedorismo entre os estudantes universitários, especialmente em um contexto multicultural como o da realidade estudada, podendo servir de inspiração para outras instituições de ensino que buscam promover ambientes propícios para o desenvolvimento do empreendedorismo entre seus alunos.

O empreendedorismo tem sido uma força motriz positiva para o crescimento e desenvolvimento econômico regional (ACS; ARMINGTON, 2004). Low e MacMillan (1988) enfatizam que o empreendedorismo é um processo que pode ser realizado em uma variedade de contextos.

De um modo geral, podemos perceber o empreendedorismo como uma atividade dinâmica que contribui para a realização de mudanças e inovação de processos (GANGWAR; VISHWAKARMA, 2013).

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O conceito de empreendedorismo**

O empreendedorismo surgiu da tradução do termo inglês “entrepreneurship” originando-se do verbo francês “entrepreneur”, que segundo Dornelas (2005), significa aquele que assume riscos e inicia algo novo. A utilização do termo “empreendedorismo” é atribuída a Richard Cantillon (1755) e a Jean-Baptiste Say (1800). Ambos definiam os empreendedores como pessoas que correm riscos ao investirem seu próprio dinheiro em empreendimentos.

Segundo Schumpeter (1988), empreendedorismo é um processo de destruição criativa. Ao utilizar este termo, ele pretende dizer que modelos, métodos, processos e produtos podem ser destruídos ou reconstruídos, dando lugar a novos modelos, métodos mais eficientes, processos mais dinâmicos e melhores produtos.

Robbins (2005, p.10) reduz o conceito de empreendedorismo a uma característica que envolve iniciar um negócio, organizar os recursos necessários e assumir os respectivos riscos e recompensas.

O empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada (BARRETO, 1998, p. 190).

Na visão de Dornelas (2005), empreendedorismo é a transformação de ideias em oportunidades através do envolvimento de pessoas e processos, resultando na criação de negócios de sucesso.

### **2.2 O empreendedor**

No século XVII, o empreendedor correspondia ao profissional que realizava acordos contratuais e assumia riscos. Já no século XVIII, devido ao processo de industrialização que ocorria no mundo, houve a diferenciação do empreendedor, analisado não apenas do ponto de vista econômico, mas também como aqueles que organizam a empresa e controlam as ações desenvolvidas nas organizações (DORNELAS, 2005).

Há registro de que o emprego da palavra “empreendedor”, significando empresário, ocorreu no século XVII, através da história militar da França. O termo era usado como referência a pessoas encarregadas de liderar expedições militares (TOMECKO, 1992).

Marco Polo é considerado como um dos mais remotos empreendedores, devido ao fato de ter se destacado como um desbravador, enfrentando riscos físicos e emocionais (CARDOZO e BARBOSA, 2005).

Para Julien (1986), o empreendedor é aquele que não perde a capacidade de imaginar, tem uma grande confiança em si mesmo, é entusiasta, ama resolver problemas, combate a rotina e é líder. Conforme Dolabela (2008, p. 23) “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

De acordo com Schumpeter (1985), empreender é inovar de modo a criar condições para transformar setores, ramos de atividade e territórios. Do ponto de vista desse autor, o empreendedor é aquele que combina meios produtivos a fim de propiciar o desenvolvimento econômico através da introdução de um novo bem, de um novo método de produção ou da abertura de um novo mercado. Assim, o empreendedorismo é interpretado como um caminho para viabilizar a geração de riquezas, através da criação de produtos e serviços inovadores, seja pelo desenvolvimento de novos e mais eficientes métodos de produção.

Conforme explica Lenzi, a habilidade de empreendedora leva ao desenvolvimento econômico, social e comportamental, provocando mudanças nas situações comuns atuais, com vista ao futuro.

### **2.3 Teorias do empreendedorismo**

De acordo com Aieche (2021), as teorias de empreendedorismo são:

#### **Teoria Econômica**

A linha da teoria econômica, teve sua origem no século XVIII, mas somente no século XX começou a ganhar destaque, trazendo como expoentes Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter.

Richard Cantillon, o primeiro a definir as funções do empreendedor, afirmava que este era aquele que adquiria matéria-prima com seu próprio capital, processava-a e posteriormente a revendia por preço a ser definido, auferindo lucro.

Jean-Baptiste Say, define o empreendedor como alguém que inova e é agente de mudanças. Ele cria novas empresas e dedica-se ao seu gerenciamento.

Schumpeter relacionou o campo do empreendedorismo à necessidade de inovação. Para ele, a inovação consistiria na capacidade de perceber e aproveitar novas oportunidades no mundo dos negócios, desprendendo-se das suas formas tradicionais e utilizando novas combinações.

#### **Teoria Comportamental**

A linha da teoria comportamental começou a ganhar destaque a partir de 1980, apresentando Max Weber e David McClelland como seus maiores precursores. Esta linha é

defendida por profissionais ligados à Administração, porém com formação em áreas como Psicologia, Psicanálise, Sociologia, Antropologia, entre outras.

De acordo com esta perspectiva, é necessário ampliar o conhecimento sobre a motivação e o comportamento humano para identificar e analisar o perfil do empreendedor.

Os Comportamentalistas pressupõem que o sistema de valores constitui o eixo principal do desenvolvimento social e econômico, considerando o empreendedor como o ator principal desse processo.

Com isso, estudam os traços pessoais e atitudes do empreendedor na tentativa de encontrar a motivação por trás do empreendedorismo.

Para essa linha de pensamento, a motivação é a principal característica do empreendedor, baseando-se em três necessidades básicas do ser humano:

- a) Necessidade de Realização: o indivíduo busca continuamente a superação de seus limites. É uma característica própria de pessoas que costumam estabelecer metas passíveis de serem realizadas durante sua vida. Essa necessidade tem os seguintes indicadores comportamentais: superação do padrão de excelência, utilização de técnicas de feedback e resolução de problema que constituem obstáculos.
- b) Necessidade de Afiliação: o indivíduo mostra interesse em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas. Essa necessidade apresenta como indicadores comportamentais: estabelecimento de relações de amizade, preocupação com o bem estar das pessoas em seu ambiente de trabalho e desejo de integrar-se a um grupo.
- c) Necessidade de Poder: o indivíduo centra-se em exercer autoridade sobre os outros. Essa necessidade pode ser identificada pela observação dos seguintes comportamentos: capacidade de despertar reações de caráter emocional nas outras pessoas, habilidade para executar tarefas (pressupõe exercício de comando, preocupação com a posição social e reputação).

Zarpellon (2010) resume as abordagens das duas principais linhas teóricas sobre empreendedorismo. Segundo ele, elas não são excludentes, apenas se complementam.

Os economistas associam o empreendedor à inovação, enquanto os comportamentalistas enfatizam aspectos atitudinais, com criatividade e intuição (ZARPELLON, 2010, p. 49).

## 2.4 Característica do empreendedor

Algumas características são essenciais no comportamento do empreendedor, pois são necessárias para se assumir um empreendimento.

Para Bonetto (2017, p. 3) essas características são:

- Buscar informações, oportunidades e tomar a iniciativa;
- Correr riscos calculados;
- Exigir qualidade e eficiência;
- Ser comprometido e persistente;
- Estabelecer metas;
- Ter planejamento e monitoramento sistemático;
- Ter persuasão e rede de contatos;
- Ser independente e autoconfiante.

## 2.5 Competência do empreendedor

Competências emocionais

Daniel Goleman (2000) agrupou as competências emocionais em quatro grandes grupos, cada um contendo um conjunto específico de competências que são:

### a) Autoconsciência

- ✓ Autoconsciência emocional: esta competência permite reconhecer e compreender os diferentes estados de espírito e como eles afetam o desempenho social e profissional, bem como as relações com os outros.
- ✓ Autoavaliação rigorosa: trata-se da capacidade de avaliar de forma realista tanto suas forças quanto suas fraquezas.
- ✓ Autoconfiança: competência que permite valorizar devidamente seus pontos fortes e capacidades mais distintas.

### b) Autogestão

- ✓ Autocontrole: capacidade para manter as emoções sob controle.
- ✓ Inspirar confiança: a confiança conquista-se através de comportamentos que revelem integridade, honestidade, fiabilidade e autenticidade.
- ✓ Conscienciosidade: capacidade de autogerenciamento de modo responsável (por exemplo, ser organizado e cuidadoso no trabalho).

- ✓ Orientação para o êxito: otimismo, necessidade de autoaperfeiçoamento e de alcançar de um padrão interno de excelência, persistência.

- ✓ Iniciativa: prontidão para aproveitar as oportunidades, inclinação para exceder objetivos, proatividade

**c) Consciência social**

- ✓ Empatia: capacidade para perceber os sentimentos e perspectivas dos outros, interesse ativo pelas suas preocupações, sensibilidade às suas especificidades.

- ✓ Consciência organizacional: capacidade de leitura da realidade organizacional, construir redes de decisão e ter consciência das correntes sociais e políticas da organização.

- ✓ Orientação para o cliente: capacidade para antecipar, reconhecer e ir ao encontro das necessidades dos clientes.

**d) Competência social**

- ✓ Liderança visionária: capacidade de inspirar e guiar indivíduos ou grupos em torno de uma visão convincente.

- ✓ Influência: capacidade para persuadir os outros através de métodos mais adequados a cada situação.

- ✓ Desenvolver os outros: capacidade de identificar necessidades e oportunidades de desenvolvimento dos outros, agindo para promover o alargamento de suas competências.

- ✓ Comunicação: ser um bom ouvinte e ser capaz de comunicar de forma clara e convincente.

## **2.6 Tipos de empreendedores**

Para Mazzei e Pardo (2012), o empreendedor não pode ser caracterizado como um tipo único, por isso não é possível rotulá-lo como um modelo ideal. Sabe-se que por ser um fenômeno social, o empreendedorismo também é passível de mudanças conforme o contexto social.

Dornelas (2007) classifica os seguintes tipos de empreendedor:

- ✓ O empreendedor nato (mitológico): em sua maioria são imigrantes ou filhos destes, são visionários, 100% comprometidos com seu sonho, otimistas, normalmente começaram do nada e adquiriram habilidades de negociação e venda desde cedo.

- ✓ O empreendedor que aprende (inesperado): é uma pessoa que, quando menos esperava, teve uma oportunidade que mudou sua vida e resolveu abrir seu próprio negócio.

- ✓ O empreendedor serial (criar novos negócios): é uma pessoa apaixonada por empreender, que não consegue permanecer à frente de seu negócio até que se torne uma grande corporação, por isso está sempre interessada em novos negócios.
- ✓ O empreendedor corporativo: são geralmente grandes executivos, assumem riscos e possuem grande habilidade de comunicação e negociação, já que quase sempre não possuem 100% de autonomia para a ação.
- ✓ O empreendedor por necessidade: cria seu próprio negócio porque não tem outra alternativa, está fora do mercado de trabalho e não resta outra opção além de trabalhar por conta própria. São vítimas do modelo capitalista atual e não têm acesso à formação, recursos e uma maneira estruturada de empreender. Por isso, normalmente trabalham na informalidade e de maneira pouco planejada, o que favorece o insucesso do empreendimento.
- ✓ O empreendedor por herança (sucessão familiar): herda o negócio da família e normalmente aprende desde cedo a ter responsabilidades e como o negócio funciona.
- ✓ O empreendedor “convencional” (planejado): esse é o empreendedor que faz a lição de casa, buscando minimizar os riscos do negócio por meio do planejamento de suas ações.
- ✓ O empreendedor social: tem como missão de vida a construção de um mundo melhor para as pessoas. É um empreendedor como os outros, com a diferença de que não busca construir um patrimônio próprio, mas prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento humano.

Hisrich e Peters (2004) ainda apresentam os seguintes tipos de empreendedores:

- ✓ Intraempreendedor: é o empreendedorismo dentro de uma estrutura organizacional. São indivíduos em uma organização que acreditam que algo pode ser feito de modo diferente e melhor. Cabe às organizações criarem uma estrutura e um clima organizacional que explorem essas potencialidades.
- ✓ Empreendedorismo feminino: estudos mostram que o crescimento do negócio não é um aspecto importante para determinação do sucesso de mulheres empreendedoras, ao invés disso, a autorrealização é o fator subjetivo de destaque na definição do sucesso. Elas têm descoberto que a busca pelo equilíbrio entre os fatores pessoais, familiares e profissionais está em perceber que trabalho e família se ajudam mutuamente e não implicam em um “fardo”.

Além disso, é possível identificar características de gestão feminina próprias, como: objetivos bem definidos e amplos; estruturas organizacionais simples e mais informais;

estratégias inovadoras no envolvimento coletivo; e liderança interativa e cooperativa (JONATHAN, 2003).

### **3 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DE ESTUDO**

Em 20 de julho de 2010, foi promulgada pela Presidência da República a Lei n.º 12.289, estabelecendo uma universidade pública e federal localizada nos estados do Ceará e Bahia. A universidade surge nos princípios de cooperação solidária entre os povos, alinhada à integração com o continente africano e aos países que integram a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP).

Para admissão dos estudantes estrangeiros, é lançado um edital para processos seletivos, seguido de inscrição e posteriormente uma prova de cultura geral.

A instituição possui 3 campi, dois no Ceará e um na Bahia, oferecendo cursos de graduação em Administração Pública, Agronomia, Antropologia, Bacharelato em Humanidades, Ciências Biológicas, Matemática, Engenharia (Computação, Energias e Alimentos), Enfermagem, Química, Física, Farmácia, Pedagogia, História, Relações Internacionais, Serviço Social, Sociologia. Além dos cursos de graduação, oferece também cursos de Pós-Graduação (Latu Sensu e Stricto Sensu).

Embora os estudantes empreendedores da universidade não tenham políticas públicas específicas de apoio, a instituição realiza palestras e eventos nos quais esses estudantes participam para aprimorar suas habilidades. Além disso, muitos empreendem devido à demanda de emprego na região onde a universidade está localizada.

## 4 MÉTODO DE PESQUISA

Para este estudo, foi realizada pesquisa com os estudantes da universidade entre os dias 10 a 17 de fevereiro de 2024, utilizando uma abordagem mista que combinou métodos qualitativos e quantitativos. O questionário buscava coletar dados sobre as experiências, desafios, estratégias e perfil dos estudantes empreendedores, bem como o tipo de negócios e o impacto do empreendedorismo no ambiente acadêmico. Os resultados foram apresentados por meio de descrições de frequências relativas e absolutas.

Segundo Michel (2005), a pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza a quantificação na coleta e tratamento de dados, mediante técnicas estatísticas como percentuais, médias e correlações (desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outros). É usada para garantir a precisão dos resultados, evitando distorções e possibilitando inferências seguras. Geralmente, implica na construção de questionários e é conhecida como pesquisa fechada devido à natureza quantitativa dos dados coletados.

Portanto, a pesquisa quantitativa busca alcançar resultados precisos por meio de variáveis preestabelecidas, analisando a frequência de ocorrências e correlações estatísticas para explicar sua influência sobre essas variáveis (MICHEL, 2005).

A pesquisa qualitativa é aquela que busca entender um fenômeno específico em profundidade. Ao contrário de estatísticas, regras e outras generalizações, ela trabalha com descrições, comparações e interpretações. Portanto, é mais participativa e menos controlável, dado que os participantes podem direcionar o rumo em suas interações com o pesquisador.

Segundo Minayo (1999), na abordagem qualitativa não podemos pretender encontrar uma verdade absoluta baseada no certo ou errado; nossa primeira preocupação deve ser compreender a lógica que permeia as práticas da realidade. Essa abordagem se concentra em um nível de realidade que não pode ser quantificado.

Na pesquisa qualitativa, a verdade não é comprovada numericamente ou estatisticamente; em vez disso, é convencionalmente estabelecida na forma de experimentação empírica, a partir de análise detalhada, abrangente, consistente e coerente, assim como por meio de argumentação lógica das ideias.

Por este motivo, ela é mais utilizada e necessária nas ciências sociais, onde o pesquisador participa, compreende e interpreta (MICHEL, 2005). Neste tipo de pesquisa, o pesquisador é o instrumento principal, valorizando o processo além do resultado, uma vez que permite a interpretação de dados.

#### **4.1 Coleta de dados**

Quanto às técnicas de coleta de dados, o estudo é dividido em duas partes distintas: a primeira parte centrou-se na revisão bibliográfica de textos acadêmicos que deram embasamento à pesquisa.

Na segunda parte, aplicou-se num questionário com 16 questões aos estudantes empreendedores, contendo perguntas objetivas e subjetivas, divididas em três partes: Caracterização Individual dos Participantes (nome, nacionalidade, idade, sexo e curso); Caracterização Profissional dos Participantes (tipo de empreendimento) e Desafios.

#### **4.2 Participantes da pesquisa**

Quanto a seleção dos participantes, primeiramente procurei identificar os estudantes empreendedores da instituição, em seguida conversei com os mesmo a fim de poderem responder o questionário e só assim fiz o envio do questionário. Participaram na pesquisa um total de 40 estudantes empreendedores, sendo 29 do sexo feminino e 11 de sexo masculino, provenientes de diferentes cursos, tais como Administração Pública, Agronomia, Farmácia, Biologia, Enfermagem, Engenharia de energias, Química, Engenharia de alimentos, Sociologia, Mestrado Acadêmico em Enfermagem, Língua portuguesa e Inglesa.

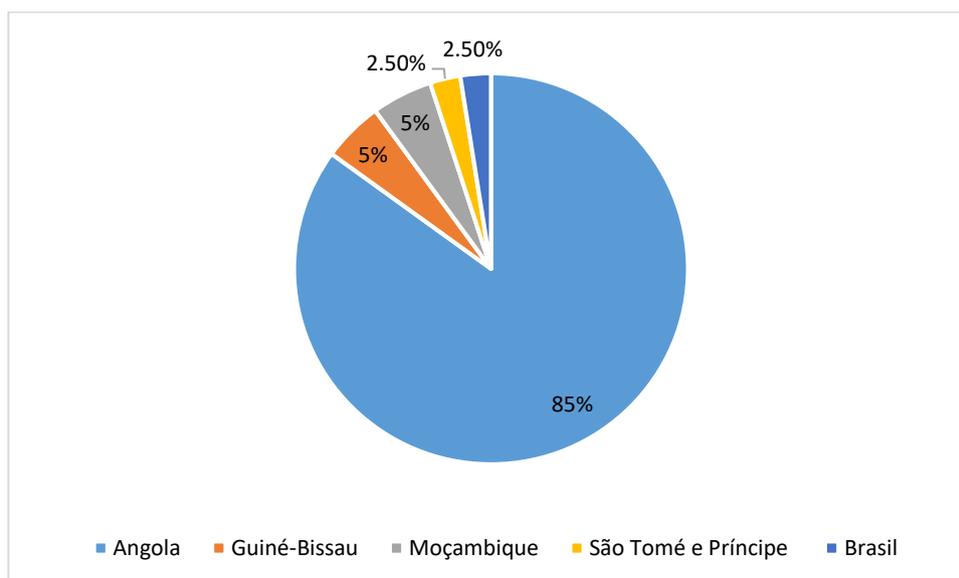
## 5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 5.1 Caracterização dos participantes

Em relação ao perfil dos participantes, ficou evidenciado predominância significativa do sexo feminino, representando 72,5 % (n=29), em comparação com o sexo masculino, que representou 27,5 (n=11), com idades variando de 19 a 41 anos, e uma média de idade de 26 anos, com um desvio padrão de 5,85.

Verificou-se ainda grande participação de Angola, contribuindo com 85% (n=34) do total, seguida por Guiné-Bissau com 5% (n=2), Moçambique com 5% (n=2), São Tomé e Príncipe com 2,50% (n=1) e Brasil com 2,50% (n=1).

**Gráfico 1**-Países dos participantes.

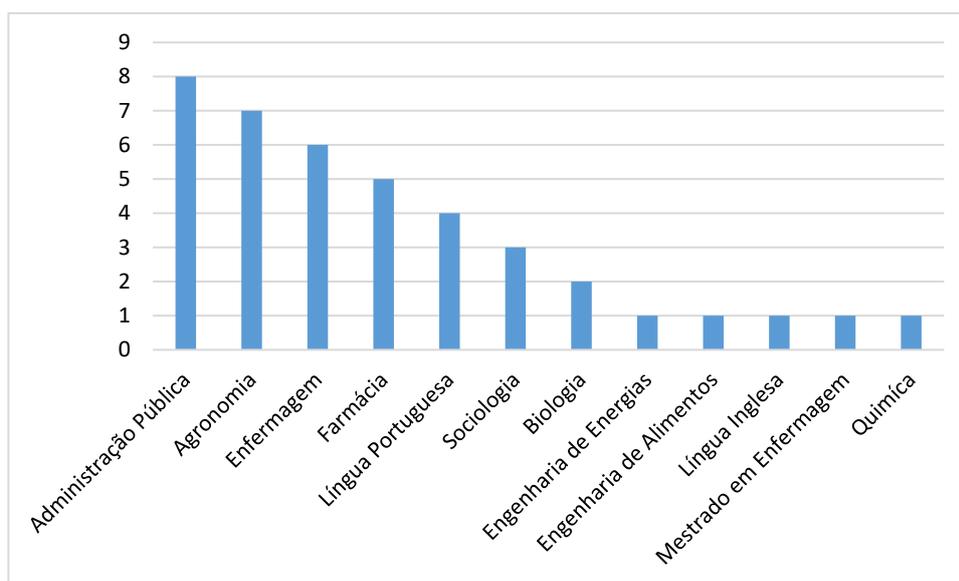


Fonte: Autora (2023).

Em relação aos cursos, observa-se uma participação diversificada, com Administração Pública liderando com 20% (n=8) dos participantes, seguida por Agronomia com 17,5% (n=7), Enfermagem com 15% (n=6) e Farmácia com 12,5% (n=5).

Outros cursos também estão representados, como Língua Portuguesa com 10% (n=4), Sociologia com 7,5% (n=3), Biologia com 5% (n=2) e Química com 2,5% (n=1), assim como Mestrado Acadêmico em Enfermagem, Engenharia de Energias, Língua Inglesa e Engenharia de Alimentos, cada um com 2,5% (n=1) de participação.

**Gráfico 2-** Cursos dos participantes.



Fonte: Autora (2023).

Sobre a situação familiar, a maioria dos participantes, representando 87,5% (n=35), não têm filhos, enquanto 12,5% (n=5) têm. Já em relação a experiência prévia com empreendedorismo antes de ingressar na universidade, 90% (n=36) responderam afirmativamente, enquanto 10% (n=4) indicaram que não.

Em relação ao tipo de empreendedorismo identificado, todos os participantes, correspondendo a 100% (n=40), classificaram como empreendedorismo por necessidade. Quanto ao estímulo do ambiente acadêmico da universidade ao espírito empreendedor, a maioria, 77,5% (n=31), afirmou que sim, enquanto 22,5% (n=9) responderam negativamente.

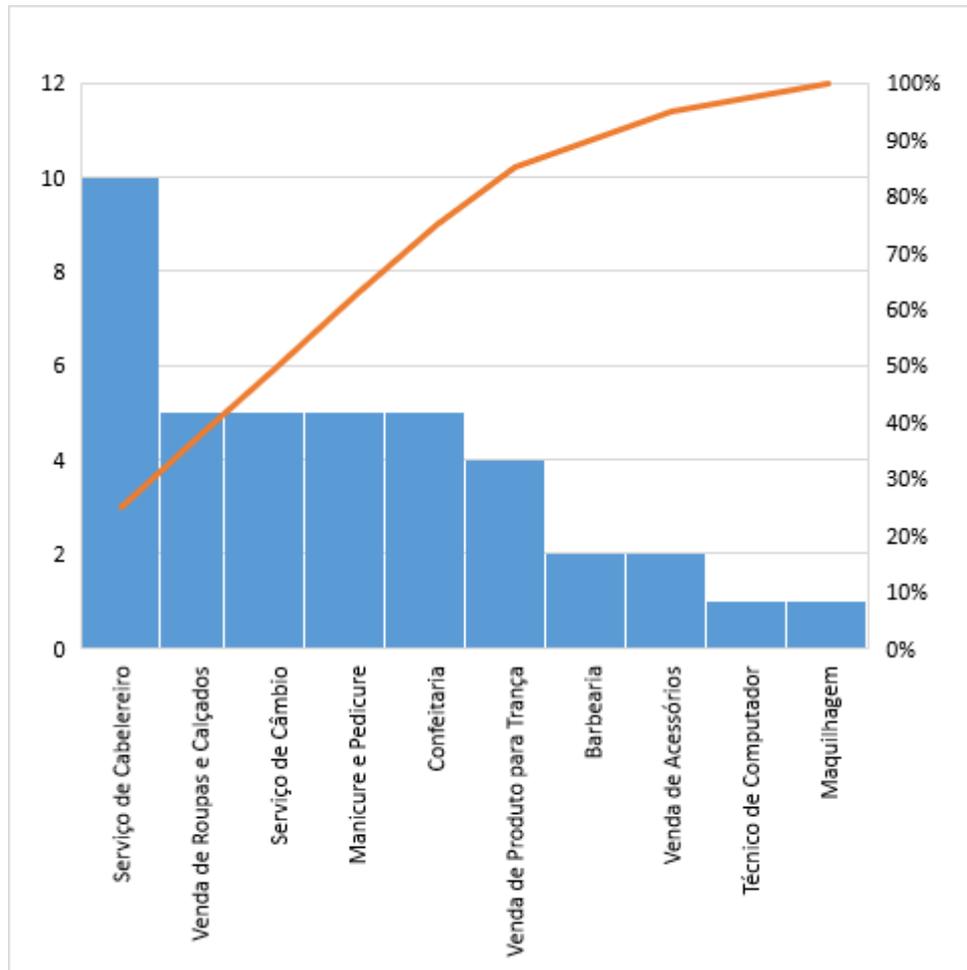
No tocante a oportunidade de apresentar negócios/serviços dentro e fora da Unilab, 27,5% (n=11) dos participantes afirmaram que sim, enquanto 72,5% (n=29) ainda não o fizeram.

Relativamente ao impacto do empreendimento no desenvolvimento das atividades acadêmicas, 10% (n=4) relataram que sim, enquanto 90% (n=36) afirmaram que não. Em relação ao conhecimento proporcionado pela universidade se influencia no desenvolvimento do empreendimento, 40% (n=16) concordaram, enquanto 60% (n=24) discordaram.

Quanto ao tipo de negócio, observa-se uma diversidade, sendo que o serviço de cabeleireiro lidera com 25% (n=10), seguido pela venda de roupas e calçados, serviços de câmbio, manicure e pedicure, e confeitaria, todos com 12,5% (n=5).

Outros negócios incluem venda de produtos para tranças 10%, (n=4), venda de acessórios 5% (n=2), barbearia 5% (n=2), técnico de computador 2,5% (n=1) e maquiagem 2,5% (n=1).

**Gráfico 3-** Tipo de negócio.

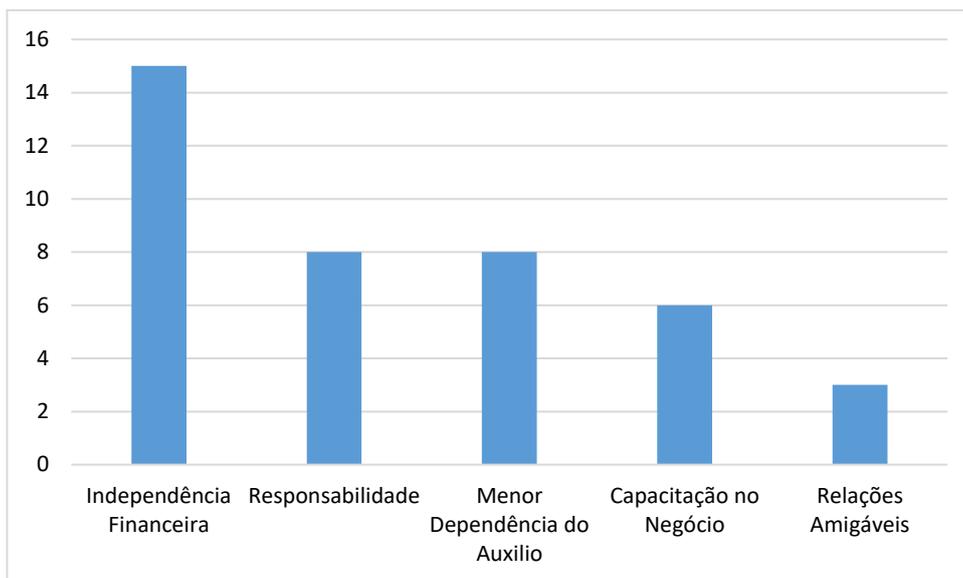


Fonte: Autora (2023).

Com base nos benefícios de ser estudante empreendedor, a independência financeira se destaca com 37,5% (n=15), seguida pela responsabilidade, que representa 20% (n=8) das respostas, assim como a redução da dependência de auxílios financeiros, também com 20% (n=8).

Além disso, 15% (n=6) dos participantes destacaram a capacitação para enfrentar desafios futuros no mundo dos negócios, enquanto 7,5% (n=3) mencionaram a criação de relações amigáveis entre estudantes.

**Gráfico 4- Benefício de empreender.**

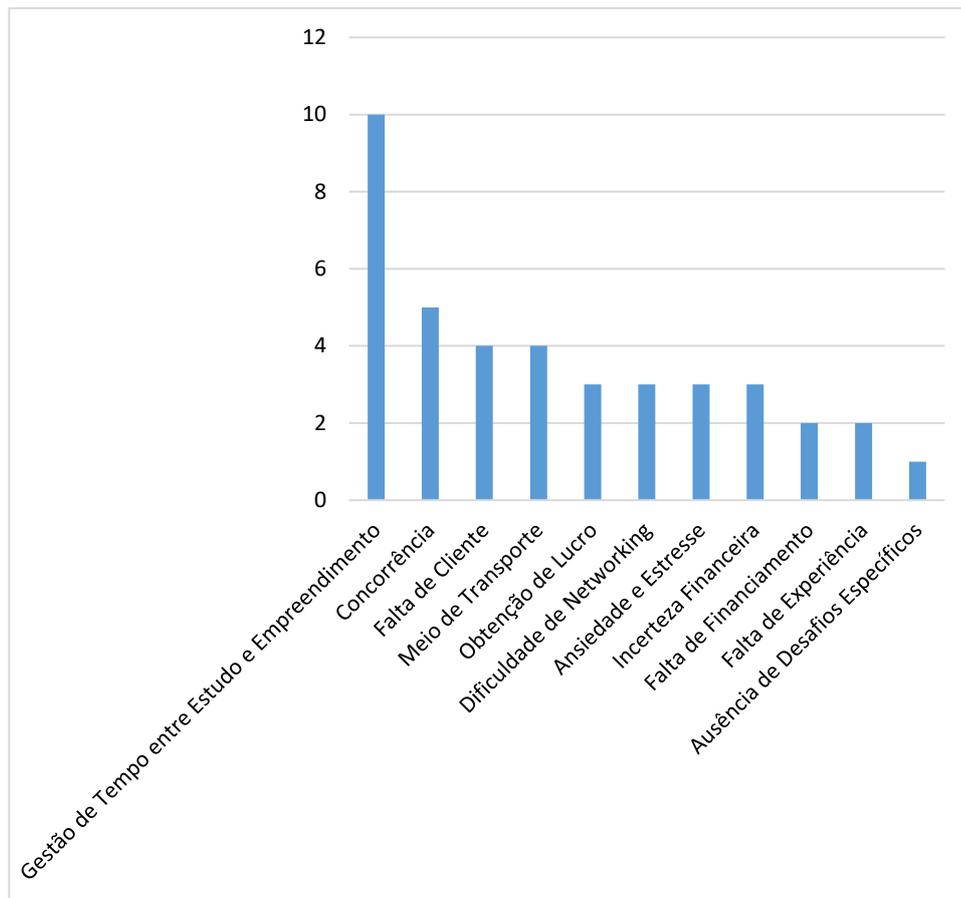


Fonte: Autora (2023).

No que diz respeito aos desafios enfrentados, a gestão de tempo entre os estudos e o empreendimento surge como o maior obstáculo, com 25% (n=10) das respostas, seguido pela concorrência, que representa 12,5% (n=5).

Outros desafios incluem a falta de clientes 10% (n=4), a logística de transporte para entrega de produtos (10%, n=4), incerteza financeira 7,5% (n=3), dificuldades de networking 7,5% (n=3), ansiedade e estresse 7,5% (n=3), obtenção de lucro 7,5% (n=3), falta de financiamento 5% (n=2), falta de experiência 5% (n=2) e, em menor medida, a ausência de desafios específicos 2,5% (n=1).

**Gráfico 5-** Desafios de empreender.



Fonte: Autora (2023).

Muitos dos estudantes empreendedores já começaram essa prática antes mesmo de ingressarem na universidade. Alguns deles viram na universidade uma oportunidade para oferecerem seus produtos ou serviços e obterem um lucro extra. Entre os tipos de negócios e serviços destacam-se: cabeleireiros, confeitários, técnicos de informática, vendedores de roupas, materiais elétricos e outros.

O empreendedorismo na universidade tem sido um grande desafio para os estudantes, especialmente no que diz respeito à definição do preço dos produtos, uma vez que os clientes são, em grande parte, estudantes que dependem de auxílios da universidade. É necessário encontrar um preço que seja favorável tanto para o cliente quanto para o vendedor. Além disso, enfrentam o desafio de manter o negócio em meio à concorrência, especialmente quando os concorrentes praticam preços mais baixos, o que pode resultar na perda de clientes.

A coincidência de horários entre as vendas e as aulas também é um desafio significativo. Muitos estudantes empreendedores sentem-se pressionados e acabam sendo

prejudicados em termos acadêmicos. Por esse motivo, alguns optam por interromper suas atividades empreendedoras para se concentrarem nos estudos. Apenas após concluírem sua formação acadêmica é que retomam seus empreendimentos.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da pesquisa apresentada, conclui-se que o empreendedorismo é um fator crucial para o desenvolvimento econômico e social de uma sociedade. É fundamental que as universidades criem políticas públicas que auxiliem os estudantes empreendedores a alcançarem sucesso em seus negócios. Quanto ao perfil empreendedor dos estudantes universitários, os resultados indicam que a maioria são mulheres, com destaque para o curso de Administração Pública e a nacionalidade angolana. A média de idade dos estudantes empreendedores é de 26 anos, e o tipo de empreendedorismo mais praticado é por necessidade, no qual os indivíduos criam seus negócios para suprir suas demandas.

A análise realizada também revelou que os estudantes empreendedores são motivados pela busca de independência financeira, redução da dependência de auxílios financeiros universitários e pela falta de oportunidades de emprego na região. Eles enfrentam desafios como conciliar os estudos com o negócio, lidar com a concorrência, falta de experiência, dificuldades no transporte para entrega dos produtos, ansiedade e estresse. A integração de disciplinas e atividades relacionadas ao empreendedorismo no currículo acadêmico pode ser um catalisador para o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora entre os estudantes. A promoção de eventos, workshops e programas de mentoria também se mostrou crucial para fomentar o espírito empreendedor e apoiar as iniciativas dos estudantes.

O estudo de caso sobre o empreendedorismo na universidade contribui não apenas para a compreensão desse fenômeno no contexto acadêmico, mas também para o fomento de uma cultura empreendedora que pode impactar positivamente a comunidade acadêmica e a sociedade como um todo. Por fim, este estudo de caso serve como uma chamada de atenção para que as universidades e outras instituições de ensino estabeleçam estratégias que promovam soluções para que os estudantes não passem por vários desafios financeiros e outras necessidades.

Após a pesquisa, observa-se que há poucos estudos sobre empreendedorismo no contexto universitário. Recomenda-se que futuras pesquisas aprofundem a influência de programas de apoio ao empreendedorismo nas universidades, a relação entre empreendedorismo e inovação, a comparação entre o empreendedorismo em diferentes áreas de conhecimento, as barreiras enfrentadas pelos estudantes empreendedores e possíveis estratégias para superá-las.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIECHE, Romilson Rangel. **Empreendedorismo**. Distrito Federal: Uniceplac, 2021. 42 p. Disponível em: <https://dspace.uniceplac.edu.br/handle/123456789/1290>. Acesso em: 01 jan. 2023.

ALVES, Edvaldo Carvalho; AQUINO, Mirian Albuquerque. A PESQUISA QUALITATIVA: origens, desenvolvimento e utilização nas dissertações do ppgci/ufpb - 2008 a 2012. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 22, n. 5, p. 79-100, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/13678/8211>. Acesso em: 01 jan. 2023.

ALVES, Raiane de Alencar; LUZ, Marcos Vidal da; SILVA, Alandey Severo Leite da. EMPREENDEDORISMO 4.0: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, [S.L.], v. 05, n. 01, p. 119-136, 15 abr. 2020. Even3. <http://dx.doi.org/10.20872/24478407/regmpe.v5n1p119-136>. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/343034304\\_EMPREENDEDORISMO\\_40\\_CONCEITOS\\_E\\_DEFINICOES](https://www.researchgate.net/publication/343034304_EMPREENDEDORISMO_40_CONCEITOS_E_DEFINICOES). Acesso em: 01 jan. 2023.

CUNHA, Caroline Valquiria Moura da; SILVA, Mayara Vieira da; YAMAGUCHI, Nathalia Midori. Empreendedorismo: histórias que motivam, despertam e encantam. **Anuário da Produção Acadêmica Docente**, São Paulo, v. 5, n. 12, p. 165-182, 29 set. 2011.

RODRIGUES, Sofia. **Empreendedorismo**. Porto: Anje - Associação Nacional de Jovens Empresários e Eduweb, 2008. 171 p. Disponível em: <https://elearning.iefp.pt/mod/resource/view.php?id=24046>. Acesso em: 01 jan. 2023.

SILVA, Ademir Bandeira; SANTOS, Cirleide Pereira dos; MACHADO, Danilo Oliveira; CORDENONZI, Maurício; PÔRTO JUNIOR, Gilson. **Conceitos Sobre Empreendedorismo e Inovação**. Tocantins: Eduft, 2021. 21 p. Disponível em: <https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/2676/1/Conceitos%20empreendedorismo%20e%20inovac%CC%A7a%CC%83o.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2023.

SILVA, Alana Rodrigues da. **Empreendedorismo: estudo e pesquisa sobre o perfil, riscos e desafios do empreendedorismo no setor de varejo na cidade de Americana** : sp. 2015. 71 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial, Faculdade de Tecnologia

de Americana, Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Americana, 2015. Cap. 9. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/490>. Acesso em: 01 jan. 2023.

SILVA, Ana Cláudia da; FERREIRA, Denize Demarche Minatti; FERREIRA, Luiz Felipe. O perfil empreendedor no curso de ciências contábeis da universidade federal de santa catarina Ufsc: uma análise comparativa entre ingressantes e concluintes. In: ENCONTRO CATARINENSE DE ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS, 14., 2016, Florianópolis. Florianópolis: Ufsc, 2016. p. 1-22. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/178653/Artigo%20Ana%20C1%C3%A1ludia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 01 jan. 2023.

SILVA, Anna Carolina Aguiar da. **Perfil Empreendedor**: as principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso. 2014. 35 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração de Empresas, Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas - Fatecs, Uniceub – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2014. Cap. 5. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/5375/1/20650723.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2023.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.L.], v. 18, n. 6, p. 874-891, dez. 2014. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141244>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/s8SRpzv4FFtYZWfCqLn7kyn/>. Acesso em: 01 jan. 2023.

VERNAGLIA, Taís Veronica Cardoso. **Pesquisa Qualitativa**. São Paulo: Taís Veronica Cardoso Vernaglia, 2020. 24 slides, color. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/581071?mode=full>. Acesso em: 01 jan. 2023.