

A INFLUÊNCIA DO ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO NO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DISCENTE: UM ESTUDO DE CASO DO *oCEANo*¹

Rúbia Cristina dos Reis²
Adriene Sttéfane Silva³

RESUMO: O presente estudo teve como objetivo geral, analisar a influência propiciada por um ecossistema de empreendedorismo no desempenho empreendedor discente, mediante um estudo de caso do Oceano, a fim de averiguar a importância e amplitude desse centro para os participantes em geral. Foram empregados os objetivos específicos delineando os conceitos de empreendedorismo, por meio de uma pesquisa descritiva e analítica, com pesquisas bibliográficas e de campo, embasadas em teorias científicas fundamentadas. O centro de empreendedorismo *oCEANo*, anexo ao Centro Universitário de Patos de Minas – UNIPAM, utilizado como base de estudo, dispôs de uma amostra de 56 sujeitos participantes do ecossistema. O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário, composto por questões fechadas (Escala de Likert, de 1 a 5) e abertas (utilizando-se da Análise de Conteúdo proposta por Bardin), com base na percepção dos colaboradores e usuários inseridos, e o tratamento de dados foi realizado por meio do Excel. A análise dos resultados apresentou alto índice de satisfação dos usuários em relação à estrutura, eficiência de métodos, ferramentas e profissionais, além da segurança e seriedade disposta pelo ecossistema. Por fim, esta pesquisa comprova a grandeza existente em um centro de empreendedorismo, bem como sua grande contribuição para o desenvolvimento empreendedor.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Orientação empreendedora.

ABSTRACT: The present study had as its general objective, to analyze the influence provided by an entrepreneurship ecosystem on student entrepreneurial performance, through a case study of the Ocean, in order to ascertain the importance and breadth of this center for the participants in general. Specific objectives were used, outlining the concepts of entrepreneurship, through descriptive and analytical research, with bibliographic and field research, based on well-founded scientific theories. The *oCEANo* entrepreneurship center, attached to the University Center of Patos de Minas - UNIPAM, used as a study base, had a sample of 56 subjects participating in the ecosystem. The research instrument used was the questionnaire, composed of closed questions (Likert scale, 1 to 5) and open questions (using the Content Analysis proposed by Bardin), based on the perception of the employees and users inserted, and the data processing was performed using Excel. The analysis of the results showed a high level of user satisfaction regarding the structure, efficiency of methods, tools and professionals, in addition to the safety and seriousness provided by the ecosystem. Finally, this

¹ Trabalho apresentado na área temática 1 - Novas tecnologias e ferramentas para gestão empreendedora do Fórum Gerencial, realizado de 17 a 19 nov. 2020.

² Estudante de Graduação 8º período do Curso de Administração do UNIPAM. E-mail: rubiacristina@unipam.edu.br.

³ Docente do UNIPAM, Mestre em Administração. E-mail: sttefane@unipam.edu.br.

research proves the greatness that exists in an entrepreneurship center, as well as its great contribution to entrepreneurial development.

KEYWORDS: Entrepreneurship; Entrepreneurial ecosystem; Entrepreneurial orientation.

1 INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo tem sido cada vez mais recorrente em meio à sociedade contemporânea. Com o passar dos tempos, empreender deixou de ser mero modismo a ocupar um âmbito imprescindível, em virtude da sua capacidade de contribuir para o desenvolvimento econômico e tecnológico do país, além das conquistas positivas junto à alta competitividade das cadeias produtivas.

Pessoas dotadas de características empreendedoras estão anulando bloqueios, sofisticando conceitos, modificando estruturas trabalhistas e reformulando regras. Fatores estes, que decorrem em virtude da sua alta capacidade de criação, desenvolvimento e habilidades em se adaptar às constantes mudanças (DORNELAS, 2018). À medida que a expansão do envolvimento e inserção com equipe diversificada de fomentadores, potencializada nesses ambientes, proporcionam maior efetividade, segurança e autenticidade aos agregados (MATOS, 2015).

A presente pesquisa se interpõe nesse contexto, uma vez que seu principal objetivo é analisar a influência propiciada por um ecossistema de empreendedorismo no desempenho empreendedor discente, mediante um estudo de caso do Oceano. Esfera localizada na extensão do Centro Universitário de Patos de Minas – UNIPAM, uma instituição engajada excessivamente no estímulo empreendedor como um todo.

Para se atingir o objetivo geral, propõem-se os seguintes objetivos específicos: Elaborar referencial teórico acerca dos tipos de Empreendedorismo; conhecer e descrever um Ecossistema Empreendedor; apresentar o case do oCEANo e mensurar as ações deste enquanto Ecossistema de Empreendedorismo; verificar e mensurar de que forma o oCEANo pode contribuir para a formação de discentes empreendedores.

Diante disso a presente proposta de pesquisa torna-se relevante ao passo que, assim que efetivada, balizará pesquisas futuras. Para mais, ainda provê insumos, que posteriormente poderão ser aplicados na elaboração de estratégias de incentivo ao empreendedorismo, bem como sinalizar possíveis pontos críticos, tendo em vista o fornecimento de influências positivas no progresso econômico, tecnológico e social.

Perante o presente cenário, ao qual considera que a mentalidade empreendedora é classificada como condição fundamental para se obter sucesso na vida, compete a realização de um questionamento: De que forma os ecossistemas empreendedores podem subsidiar conhecimentos suficientes para engajar na vida empreendedora? Qual o nível de sapiência quanto aos desígnios acoplados em um ecossistema empreendedor e suas funcionalidades?

Propositado responder essas indagações será realizado um estudo com análise bibliográfica, descritiva e analítica; embasada em teorias científicas fundamentadas, seguidas de análises detalhadas dos fatos

Esta pesquisa ainda fora desempenhada em abordagem de cunho quali-quantitativa, de forma a abranger técnicas qualitativas, que por sua vez, consideram atitudes intrínsecas perante o mundo real, e as táticas quantitativas que procuram se

fundamentar em informações coletadas, dominando métodos e técnicas estatísticas (SILVA, MENEZES, 2000; OLIVEIRA, 2005).

Contudo, a fim de alcançar os objetivos propostos, a pesquisa será exposta em cinco seções posteriores a esta introdução. As duas primeiras visam caracterizar a organização e expor uma sucinta revisão da literatura. Na terceira será apresentada a metodologia abordada, destacando o contexto integrado na coleta de dados; seguido dos resultados logrados e percorridos na quarta seção. Por fim, serão reproduzidas as considerações finais.

2 CARACTERÍSTICAS DA ORGANIZAÇÃO

O Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM) é uma Instituição de Ensino Superior localizada na cidade de Patos de Minas. A entidade disponibiliza e coordena variadas categorias de ensino, estando em destaque: graduação e pós-graduação, ensino a distância, cursos de extensão e ensino médio. Em razão disso a instituição é considerada flexível, e empenha-se para consolidar a sua cidade como o mais importante pólo universitário do Alto Paranaíba.

Com uma grande aposta voltada no empreendedorismo e inovação, a instituição criou um Centro de Empreendedorismo e Aceleração de Negócios, batizado como oCEANo. Esse ambiente foi embasado em diversificadas alusões marítimas, que visam se espelhar no ecossistema mais completo e complexo existente. Possui visibilidade compatível a um aquário, por ser construído ao lado de uma piscina e possuir caracteres simbólicos desse ecossistema: uma embarcação e uma âncora (COUTELLE, 2018).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico tem como objetivo esclarecer conhecimentos relacionados ao tema com bases em teorias já existentes. Na presente pesquisa, a fundamentação teórica sustenta toda a discussão proposta e evidencia os principais conceitos e autores relacionados à temática central.

3.1 O EMPREENDEDORISMO

Diante das constantes mudanças vividas pela humanidade, empreender nos tempos atuais deixou de ser um simples modismo e se tornou um fator inevitável para a estabilidade de uma organização. Um grande contribuinte nos estudos e fundamentos do empreendedorismo foi o autor Peter Ferdinand Drucker (1909-2005), considerado o pai da administração moderna. Ele aponta a tecnologia como ferramenta típica dos empreendedores, além de enfatizar a necessidade de aprendizado constante desse atributo e considera que esta pode ser aprendida e ensinada como qualquer outra disciplina (DRUCKER, 2003).

3.1.1 Tipos de empreendedorismo

Fernandes (2018, p. 1) explica que: “cada tipo, cada grupo de empreendedores, empreende por uma razão e tem uma combinação de fatores motivadores”. Diante disso, os tipos de empreendedores podem ser diversificados, ao passo que existem inúmeros fundamentos que levam os indivíduos a empreender, além de um conjunto de competências e técnicas de trabalho. Ao passo que nem todas as maneiras de empreender são pariformes, a seguir estão descritos os mais destacados tipos de empreendedorismo, caracterizados por distintos perfis e peculiaridades.

O empreendedorismo informal tem se destacado como uma das modalidades mais populares no território brasileiro, sendo assim considerado, pelo fato de não possuir Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), e não realizar emissão de notas fiscais. Adotado em grande percentual por pessoas que estão iniciando seu próprio negócio ou aquelas que possuem dificuldades financeiras (LEMOS, 2019).

O empreendedor individual é um tipo de empresa constituída por uma única pessoa, que não permite a participação de sócios. Neste segmento não é imposto capital social mínimo e dispensa o aporte financeiro imediato, esta pode se enquadrar como micro ou pequena empresa e adotar ao simples nacional. A formalização é realizada por meio de um requerimento do empresário, que vigora como contrato social (FRANSON, 2018).

O empreendedorismo digital é bastante ostensivo, ao passo que o mundo virtual tem tomado grandes proporções e o número de usuários deste setor também se encontra em constante evolução. Essa categoria embasa-se na criação de um negócio pela internet, com a finalidade comercializar produtos ou serviços sem a necessidade de um espaço físico, o que gera flexibilidade de horários e economia de custos (NOGUEIRA, 2019).

Movido pelo sonho de transformar uma realidade, o empreendedor social, por diversas vezes sujeita o lado econômico e emprega foco no sentido racional e na intuição. É possuidor das mesmas características dos demais empreendedores, porém o mérito se concentra em criar valor social que gere benefícios para uma comunidade com necessidades específicas. Tem como característica a sensibilidade social, pragmatismo ponderado, idealizador, visionário, realista, força inovadora e praticidade. (BATISTA, 2005)

Por sua vez, Dornelas (2018) denomina como intra-empendedor ou empreendedor corporativo, aquele que absorve os negócios alheios como sendo os seus. Esse tipo de empreendedor está sempre em busca de inovações e criação de novos negócios, com competência de gestão superior à medianidade. Vez por outra assumem riscos, mesmo a empresa não sendo sua; são ambiciosos e aspiram crescimento e reconhecimento dentro e fora da organização.

O empreendedorismo cooperativo realiza o ajuntamento de diversos empreendedores individuais, a fim de adquirir mais força e melhores recursos para suas atividades. Mesmo atuando no formato de cooperativas, possuem como finalidade o progresso individual. (LEMOS, 2019). Segundo Dornelas (2007), por serem dotados de poucos recursos, o trabalho em equipe para eles é vital, o objetivo de vida é

crescer e atingir a independência. Para que esta organização tenha êxito é indispensável que exista uma gestão social e gestão empresarial.

3.2 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A intenção empreendedora é caracterizada por Thompson, (2009, p. 667) como a “convicção auto reconhecida por uma pessoa de que pretende criar um empreendimento e conscientemente planeja fazê-lo em algum momento no futuro”. O autor ainda menciona a intenção empreendedora como um dos conceitos indispensáveis aplicados nas pesquisas sobre empreendedorismo (THOMPSON, 2009).

Na interpretação de Ajzen (1987) a intenção sucede como o precedente do comportamento e, quanto mais potente for a intenção de desenvolver um determinado comportamento, maior será a probabilidade da sua realização efetiva. E complementa que fatores ocasionais como restrições de tempo, nível de dificuldade das atividades e a influência de outras pessoas através de pressão social, também influenciam a intenção de um indivíduo.

3.3 FATORES COMPORTAMENTAIS DO EMPREENDEDOR

Ao ser consultada a literatura com abordagem nas características empreendedoras, é possível constatar que o ponto de vista dos autores e pesquisadores não conta com muita variância, e que existe uma similaridade muito grande de concepções nesse contexto. Em muitas exposições torna-se notório que algumas são citadas em quantidade mais expressiva que outras, o que contempla a concordância de definições.

McClelland (1972) assinala que a capacidade de inovação é um coeficiente determinante no comportamento do empreendedor. De acordo com os conhecimentos do autor, os atributos psicológicos peculiares de um empreendedor são: motivação para realização de projetos, liderança, capacidade para identificar e avaliar oportunidades, espírito de iniciativa, disposição para assumir riscos e saber agir em ambiente de incertezas (McCLELLAND, 1972).

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o segmento de sucesso empreendedor implica numerosas variáveis, mas afirmam que um indivíduo dificilmente chegará ao triunfo se não dispor de características inerentes a empreendedores vencedores. As características comportamentais empreendedoras mencionadas em maior teor são: inovação, correr riscos calculados, necessidade de realização e autoconfiança.

3.4 O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

Diversos países em todo o mundo têm empregado grandes esforços em fomentar a iniciativa empreendedora em suas extensões. O território brasileiro iniciou os estudos sobre empreendedorismo na década de 1990, de forma bastante leiga e simplificada. Até então, pouco se falava e se conhecia do tema, os empreendedores não encontravam auxílio algum em sua jornada e eram até mesmo ridicularizados.

Ainda na década de 1990, foram criados o órgão SEBRAE e a entidade Softex, que juntos predominaram o desenvolvimento do empreendedorismo no país. Eles apoiaram atividades e procedimentos em software, estimularam o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de software. Essas organizações se reformularam e perduram até os dias atuais, atuando como referências em suporte e consultorias para as empresas em geral (DORNELAS, 2018).

Dornelas (2018) acrescenta que posteriormente foram criados diversos programas, dentre os principais estão: Brasil Empreendedor, Empretec e Jovem Empreendedor do Sebrae; além de surgirem mais entidades de apoio como a Endeavor, Amprotec e inúmeras incubadoras. Essas obras somadas com diversas ações proporcionaram ao Brasil um potencial considerável no desenvolvimento de ensinamentos de empreendedorismo.

3.5 ECOSISTEMAS DE EMPREENDEDORISMOS

A formação de um ecossistema de empreendedorismo pode ser bem diversificada e um ator pode estar em mais de um ecossistema ao mesmo tempo. Isenberg (2011) relata que cada ecossistema é fruto da associação emaranhada de centenas de elementos, independente de todos estarem fundamentados nos mesmos domínios.

De acordo com Adner (2017) “os ecossistemas de negócios referem-se a um conjunto de parceiros que precisam ser alinhados para que uma proposta de valor se materialize no mercado”. Basole e Karla (2011) consideram que um ecossistema pode ser descrito como um sistema em rede que contém um conjunto de objetos como os atores que estão ligados uns aos outros. Estes atores apresentam papéis de liderança, de acordo com suas estruturas organizacionais.

De acordo com os estudos de Gomes (2016) o ecossistema de inovação apresenta uma rede de relação com os termos: empreendedorismo, inovação, colaboração, criação, desenvolvimento de produtos e tecnologia. Por outro lado, Etzkowitz e Leydesdorff (2000) revelam que ecossistemas vêm sendo considerados como redes de relações em que a informação e talento fluem, por meio de sistemas de co-criação de valor sustentado.

Já os ecossistemas do conhecimento têm interesse na criação de novos conhecimentos, que ocorre por meio de trabalho conjunto de pesquisa, colaboração ou desenvolvimento de uma base de conhecimento. Assim, o principal resultado de um ecossistema de conhecimento é o conhecimento novo, que pode ser moldado pelos nós da rede onde o conhecimento é criado e mantido. As comunidades de código aberto são um exemplo bem conhecido desse tipo de ecossistema baseado na troca de conhecimento (VALKOKARI, 2015).

3.6 oCEANo

O oCEANo (Centro de Empreendedorismo e Aceleração de Negócios) foi instaurado em dezembro de 2015, no Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM). A estrutura foi construída ao lado de uma piscina, e foi incrementada com

um convés de uma embarcação à vela, além de uma âncora gigante pendurada no centro do teto. Dispõe de alta tecnologia e comodidade aos usuários ao disponibilizar inúmeros puffs, cadeiras confortáveis, uma enorme tela com touch screen, camas almofadadas, sanitários, sala de reunião e área gourmet.

O nome e estrutura tiveram como base e inspiração o ecossistema dos mares e oceanos, que por sua vez, consegue se adaptar a diversas espécies marítimas e se afeiçoa em um dos mais completos e complexos ecossistemas existentes. A inspiração para criar o ambiente cheio de referências marinhas é explicada pelo pró-reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão, Fagner Oliveira de Deus: “o mar é um ecossistema riquíssimo e que tem tudo a ver com o empreendedorismo. O oCEANo se tornou nosso ecossistema de inovação”.

O oCEANo tem como objetivo intensificar o desenvolvimento do ecossistema empreendedor na cidade de Patos de Minas e região, por meio da oferta de condições completas e viáveis aos diversos perfis de navegantes. Qualquer empreendedor é acolhido nesse espaço, independente de se tratar de alunos, ex-alunos, diplomados, professores, empresários ou da comunidade em geral.

Os benefícios se concentram tanto no gozo no ambiente inspirador e da sala de trabalho colaborativa e compartilhada, como na possibilidade de se tornar sócio de um startup com conta com o suporte de pré-aceleração desde o primeiro semestre de 2017.

4 METODOLOGIA

O presente estudo fundamentou-se em uma abordagem quali-quantitativa, ao passo que abordou as duas dimensões. A primeira grandeza buscou explicar o porquê das coisas sem se preocupar com a representatividade numérica, e a segunda se prendeu ao pensamento quantitativo, de forma a mensurar e evidenciar os atributos da experiência humana. Em relação aos objetivos ou fins, a pesquisa foi bibliográfica, descritiva e analítica.

Foi elaborado e aplicado um questionário e aplicado para dois grupos de pessoas, sendo que o primeiro grupamento é composto por mentores e professores que trabalham no Oceano, e o segundo compõe-se de alunos e participantes desse ecossistema. Como possibilidade de resposta empregou-se as opções de múltipla escolha, escala de Likert e discursivas.

A ferramenta escolhida para operacionalizar os dados da pesquisa foi o editor de planilhas Excel, para a tabulação e elaboração dos gráficos, e nas questões discursivas empregou-se a análise de Bardin.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

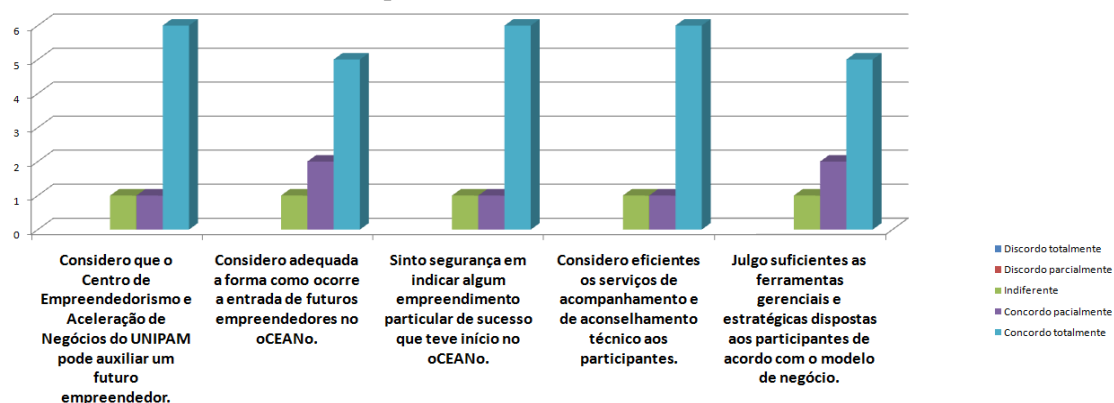
Nesta seção apresentam-se as análises e discussões das informações coletadas através da pesquisa de campo, com a finalidade de identificar a influência propiciada por um ecossistema de empreendedorismo no desempenho empreendedor discente, partindo da percepção tanto dos funcionários quanto dos usuários do oCEANo. A amostra do estudo foi composta por um total de 56 indivíduos, 08 pessoas

contribuíram para análise da percepção dos colaboradores e outras 48 participaram para análise da percepção dos usuários do ecossistema.

5.1 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO ATRIBUÍDO AOS COLABORADORES DO OCEANO

Essa amostra contou com a participação de 08 indivíduos pertencentes a instituição de ensino, de forma que o percentual em relação a esse grupo representa (08 = 100%).

Gráfico 1: Percepção dos colaboradores acerca do oCEANo

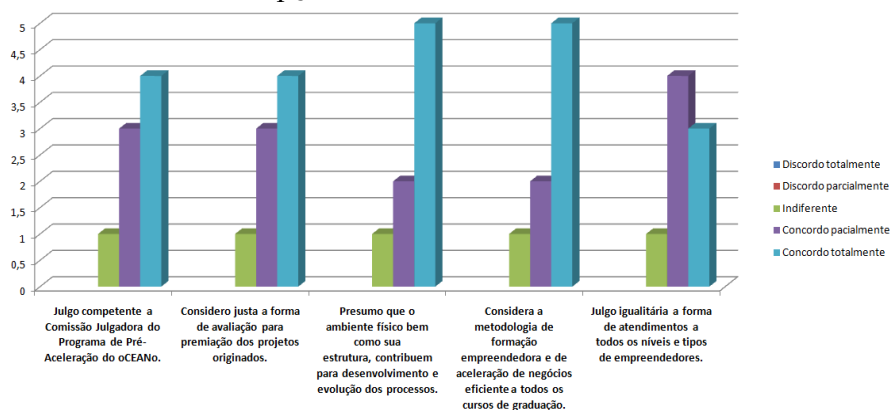


Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Entre o total de entrevistados, metade são do gênero feminino e a outra metade compõe-se do gênero masculino. Dentre eles foi predominante os sujeitos com idade superior a 41 anos, ao passo que esta faixa etária somou 75%, e apenas 25% são menores de 40 anos.

Diante do exposto, no gráfico demonstra que 75,0% dos colaboradores acreditam que o centro de empreendedorismo contribui para um futuro empreendedor. Quanto à forma que os usuários dão entrada no ecossistema, 62,5% deles consideram que isso acontece de forma adequada. No que se refere aos serviços dispostos, 75,0% dos entrevistados consideram que são eficientes, mantendo o mesmo percentual quando o quesito é segurança em indicar os empreendimentos iniciados no oCEANo. E em relação às ferramentas dispostas aos usuários, 62,5% do grupo afirmam serem suficientes.

Em sequência foram expostas outras questões, demonstradas no gráfico 2, prevalecendo grande teor de concordância entre os colaboradores quanto às questões enunciadas e em nenhum dos fatores houve qualquer grau de discordância.

Gráfico 2: Percepção dos colaboradores acerca do oCEANO

Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Nota-se, que 87,5% dos entrevistados concordam total ou parcialmente que a comissão julgadora dos programas é competente, mantendo o mesmo percentual ao considerarem justa a forma de avaliação para premiação dos projetos. Se tratando de estrutura e metodologia de formação empreendedora, a aprovação acontece por parte de 87,5% do grupo, e permanece constante ao ser julgada igualitária a forma de atendimento a todo e qualquer empreendedor.

Nesta etapa do estudo, analisaram-se duas questões discursivas destinadas aos colaboradores do ecossistema, a fim de captar apreciações e sugestões relevantes atribuídas ao centro de empreendedorismo. Na questão: “Você mudaria alguma coisa nesse ambiente em prol de melhorias? Especifique”, a intenção foi absorver sugestões que contribuíssem positivamente, e posteriormente pudessem até ser incorporadas pelo ecossistema.

Dos entrevistados, 62,5% do total contribuíram. O entrevistado A disse que não mudaria nada no ambiente empreendedor, enquanto que o entrevistado B sugere mudança apenas no tamanho do espaço, ao passo que diz: “Mais espaço” (ENTREVISTADO B). O entrevistado C agrega uma sugestão: “Só mais movimento com participação dos alunos e professores de PI”. Encerrando o entrevistado D propõe uma ação de mudança:

Ao invés de só "acelerar" negócios, desenvolver um acompanhamento por parte dos professores, mentores, empresários, até a empresa se estabelecer no mercado. Muitos negócios que podemos considerar bons a princípio, morrem porque não conseguem se estabelecer (ENTREVISTADO D).

Na segunda e última questão foi questionado: “O que você mais aprecia nesse ambiente? Especifique”, no objetivo de contextualizar os pontos fortes do ecossistema sob o ponto de vista dos colaboradores entrevistados. Por não se tratar de uma resposta obrigatória, 62,50% deste grupo optou por responder, e de acordo com o entrevistado A é apreciável o processo por inteiro, bem como a equipe de apoiadores. O entrevistado B exalta os profissionais e os recursos tecnológicos”.

O entrevistado C prestigia: “A abertura para novas idéias e a capacidade de desenvolver soluções com grupos interdisciplinares em tão pouco tempo”. O entrevistado D prossegue enfatizando: “O amplo, estruturado e descontraído espaço de interação dos participantes de eventos no oCEANo. A articulação de eventos com materiais adequados para as propostas de trabalho”.

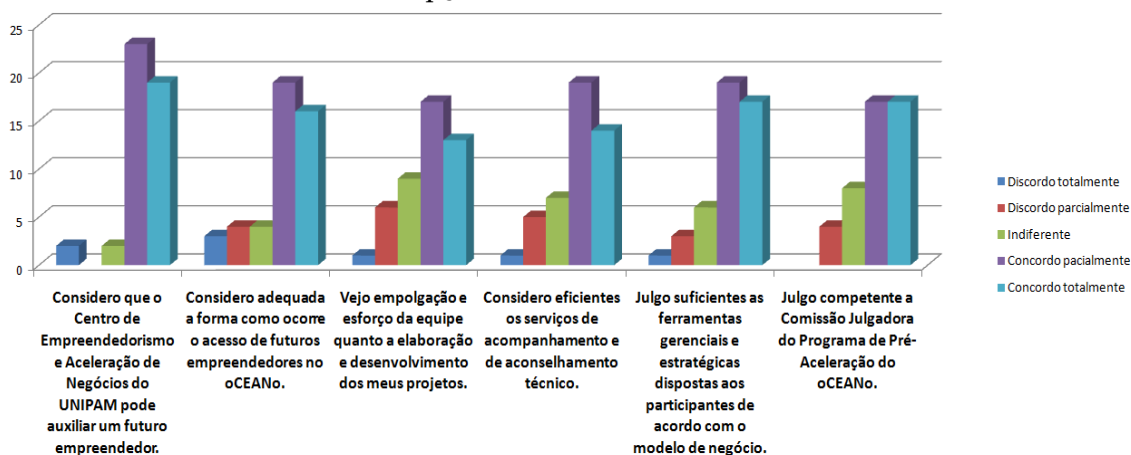
5.2 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO ATRIBUÍDO AOS USUÁRIOS DO OCEANO

Embasado no objetivo deste trabalho, foi desenvolvido um questionário direcionado aos usuários frequentadores do ecossistema. Essa amostra contou com a participação de 48 indivíduos, de forma que o percentual em relação a esse grupo representa (48 = 100%). A participação das mulheres ocorreu de forma significativa, sendo que 83,3% dos entrevistados são do gênero feminino, enquanto 16,7% são do gênero masculino.

Dentre os participantes da pesquisa, 42 dos usuários ocupam a faixa etária de 21 a 30 anos, 5 de 31 a 40 anos, 1 de 41 a 50 anos, não contando com nenhum sujeito com idade até 21 ou maior que 51 anos. 95,8% são graduandos enquanto 4,2% já concluíram o ensino superior, sendo todos os usuários são alunos do UNIPAM, 32 são residentes da cidade de Patos de Minas e apenas 14 residem em outros municípios.

Através das questões expostas nos gráficos 3 e 4, analisou-se como o ecossistema é visto perante aos usuários, além de verificar como está a motivação e satisfação dos mesmos na organização.

Gráfico 3: Percepção dos usuários acerca do oCEANo

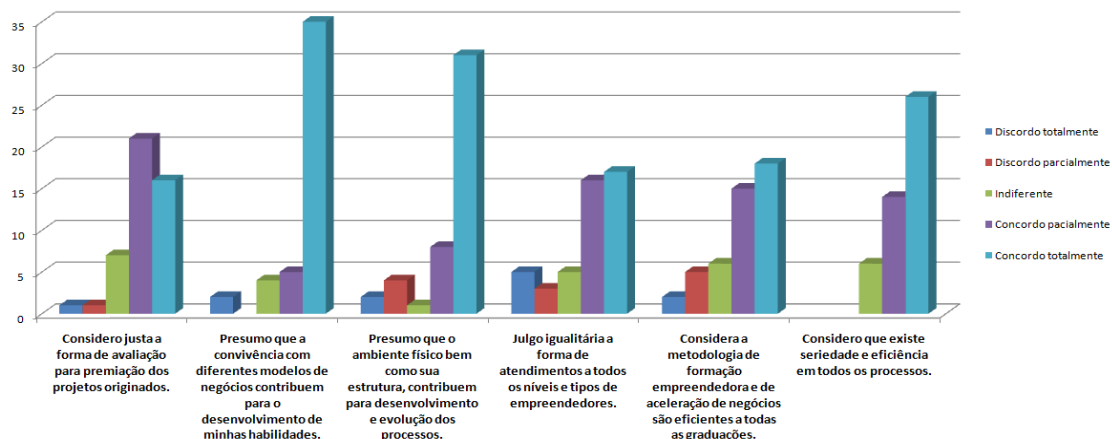


Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Tendo em consideração o quanto o centro de empreendedorismo pode contribuir para uma auxílio empreendedor, o grau de concordância atinge um percentual de 91,7% dos entrevistados. 77,1% julgam adequada o modo de acesso ao ecossistema, 64,6% conseguem ver empolgação da equipe em relação aos seus projetos enquanto 73% ponderam eficientes os serviços de acompanhamento e aconselhamento técnico recebidos.

Em se tratando das ferramentas dispostas aos participantes personalizadas de acordo com o seu modelo de negócios, 79,2% concordam que estas são suficientes. Além disso, 75% conceituam competente a comissão julgadora do programa de pré-aceleração.

Gráfico 4: Percepção dos usuários acerca do oCEANo



Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Diante do exposto, 81,3% estão de acordo com os critérios de avaliação dos projetos originados no centro empreendedor, e quando questionados sobre a convivência com variados modelos de negócio, 87,5% expressaram que este fator contribui para o desenvolvimento de suas próprias habilidades. Em seguida, 85,5% acreditam que o ambiente e estrutura física contribuem para o desenvolvimento e evolução dos processos.

Posteriormente, 72,9% consideram que a forma de atendimento é igualitária a todos os níveis e tipos de empreendedores. Em relação a metodologia utilizada pelo ecossistema, 72,9% ponderam ser eficiente, e por fim 87,5% dos entrevistados apreciam a seriedade e a eficiência no processo como um todo.

Na etapa posterior da pesquisa foram interpeladas duas questões discursivas de respostas não obrigatórias, atribuídas aos usuários do ecossistema empreendedor, no intuito de absorver sugestões e pontos fortes que possam impactar positivamente no centro de empreendedorismo. A primeira questão: “Contribua com alguma sugestão para esse ambiente em prol de melhorias? Especifique”, teve como finalidade contar com atribuições dos usuários, e apenas 16,67% do grupo optou por responder.

O entrevistado A atribuiu uma crítica ao pronunciar: “Acústica não é muito boa quando tem muitas pessoas no ambiente”, já o entrevistado B sugere mudança apenas no tamanho do espaço, ao passo que diz: “Um espaço maior” (ENTREVISTADO B). O entrevistado C agrega uma sugestão: “Ampliação do horário de atendimento”. Em sequência, o entrevistado D propõe uma ação de mudança;

Eu acho que deveria melhorar a forma de atendimento para os acelerados, em relação a horários, e também acessibilidade, pois nem sempre é possível estar presencialmente, também acredito que a

Oceano tem potencial para oferecer mais conteúdo pra comunidade, de forma a engajar mais empreendedores (ENTREVISTADO D).

O entrevistado E acrescentou “Levar mais alunos para participar de palestras e oficinas”. Por fim, o entrevistado F sugeriu “Uma organização melhor do sistema deles. E mais profissionais para auxiliar”.

A segunda questão procurou explicar os pontos fortes do ecossistema sob a visão dos usuários frequentadores com enunciado a seguir: “O que você mais aprecia nesse ambiente? Especifique”, e o percentual de contribuição foi de 18,75%. O entrevistado A exalta “a estrutura física e os profissionais”, confirmado pelo entrevistado B ao expressar: “O ambiente é todo voltado para a criatividade, fluidez, motivação, incentivo, produtividade”.

O entrevistado C manifesta satisfação em relação ao “jeito descontraído do ambiente, deixando os alunos mais à vontade”, seguida pelo entrevistado D que acentua: “O comprometimento dos colaboradores do oceano com cada projeto”. O entrevistado E reforça a qualidade do atendimento ao destacar “a disponibilidade de todos os envolvidos”, e o entrevistado E conclui valorizando o ambiente ao declarar: “é calmo e inspira criatividade”.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo apoiou-se em uma pesquisa descritiva e analítica, do tipo bibliográfica e de campo, de cunho quali-quantitativo, com uma amostra composta por 56 indivíduos, sendo 08 funcionários e 48 usuários. Dessa forma, foi utilizado o método não probabilístico intencional, dando possibilidade de resposta empregada na escala de Likert, além de questões discursivas.

Em vista desses interesses, o trabalho buscou agrupar informações com o objetivo de responder ao seguinte problema de pesquisa: De que forma os ecossistemas empreendedores podem subsidiar conhecimentos suficientes para engajar na vida empreendedora? Qual o nível de sapiência quanto aos desígnios acoplados em um ecossistema empreendedor e suas funcionalidades?

Portanto, foi constatado que um ecossistema empreendedor tem um grau elevado de importância na formação empreendedora, ao passo que contribui fortemente para a inovação, criação e desenvolvimento de projetos e planos de negócio. Ficou constatado que uma estrutura firmada favorece e acelera a criação e desempenho desses trabalhos.

Vale destacar também que os resultados positivos desse centro são assegurados pelo uso de ferramentas e metodologias eficientes, bem como estar dotados de uma equipe de profissionais experientes e gabaritados no âmbito de empreendedorismo. De forma que esses quesitos promovam conexões consolidadas entre usuários, colaboradores e mercado.

Como já fora sugerido pelos participantes, poderia ser considerada a possibilidade de agregar serviço de acompanhamento e suporte a empresas já estabelecidas no mercado, ao passo que é visível que muitas empresas encerram suas atividades por falta de estratégias. E esta problemática poderia ser resolvida até mesmo

com a convivência promovida pelo ecossistema em meio a diferentes modelos de negócios e habilidades.

Por fim, esse estudo desenvolvido serve como um incentivo ao engajamento de um maior número de usuários ao ecossistema empreendedor, ao passo que essa operação pode contribuir para o desenvolvimento não apenas pessoal, mas também em grupo.

REFERÊNCIAS

ADNER, R. Ecosystem as structure, an actionable constructo for strategy. **Journal of Management**, 43 (1), 39-58. 2017.

AJZEN, I. Attitudes, traits, and actions: dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. **Advances in experimental social psychology**, v. 20, n. 1, p. 1-63, 1987.

BASOLE, R. C.; KARLA, J. On the evolution of mobile platform ecosystem structure and strategy. **Business & Information Systems Engineering**. v. 3, n. 5, p. 313–322, 2011

BATISTA, Manoel. **Tipos de empreendedorismo**: semelhanças e diferenças. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas>. Acesso em: 20 abr. 2020.

COUELLE, José Eduardo. **A aposta da Unipam no empreendedorismo**. Disponível em: <https://revistaensinosuperior.com.br/unipam/>. Acesso em: 20 mai. 2020.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: Prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 2003.

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. The dynamics of innovation: from national systems and 'Mode 2' to a triple-helix of university-industry-government relations. **Research Policy**, v. 29, n. 22, p. 100-123. 2000.

FERNANDES, Regina. **Tipos de empreendedores**: qual é o seu? Saiba mais e se identifique aqui. 2018. Disponível em: <https://capitalsocial.cnt.br/tipos-de-empreendedores/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

FRANSON, Tatty. **Passo a passo de como se tornar um empreendedor individual em 2018**. Disponível em: <https://freesider.com.br/produtividade-e-gestao/empreendedor-individual/>. Acesso em: 22 Abr. 2020.

GOMES, Leonardo Augusto de Vasconcelos; FACIN; Ana Lucia Figueiredo; SALERNO; Mario Sergio; IKENAMI; Rodrigo Kazuo. Unpacking the innovation ecosystem construct: Evolution, gaps and trends. **Technological Forecasting and Social Change**, 2016.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ISENBERG, Daniel. **Introdução ao ecossistema de empreendedorismo**: quatro características definidoras. Disponível em: https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/?_ga=2.3169840.147368377.1588255845-115303991.1588255845#791dca865fe8. Acesso em: 30 abr. 2020.

LEMOS, Artur Dantas. **Conheça os 8 tipos de empreendedorismo mais comuns no mercado!**. Disponível em: <https://empreenderdinheiro.com.br/blog/tipos-de-empendedorismo/>. Acesso em: 22 abr. 2020.

MATOS, Felipe. **8 passos para desenvolver o ecossistema de startups**. Disponível em: https://revistapegn.globo.com/Colunistas/Felipe-Matos/noticia/2015/05/8-passos-para-desenvolver-o-ecossistema-de-startups.html?_ga=2.23819962.147368377.1588255845-115303991.1588255845. Acesso em: 30 mar. 2020.

McCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

NOGUEIRA, Ana. **Empreendedorismo digital**: o passo a passo para criar um negócio na internet. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/empreendedorismo-digital/>. Acesso em: 16 abr. 2020.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Recife. Bagaço, 2005.

SILVA, E. L., MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

THOMPSON, E. R. Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 669-694, 2009.

VALKOKARI, Katri. Business, innovation, and knowledge ecosystems: how they differ and how to survive and thrive within them. **Technology Innovation Management Review**, p. 17–24, 2015.