



FATORES QUE LEVAM OS JOVENS DA UNIVERSIDADE DE CUNDINAMARCA A EMPREENDER PRECOCEMENTE

Letícia G. S. M. RIBEIRO¹; Michele M. S. RIBEIRO²

RESUMO

Esta pesquisa examina os fatores e as motivações que levam os jovens da Universidade de Cundinamarca, situada na cidade de Fusagasugá, Colômbia, a iniciarem seus empreendimentos ainda durante a graduação. As informações foram coletadas por meio de uma pesquisa quanti-quali realizada durante um período de intercâmbio estudantil. Os dados indicam que a cultura empreendedora local, a concorrência, os fatores econômicos, o suporte acadêmico robusto e o forte desejo de transformar suas vidas são elementos decisivos na formação de novos empreendedores entre os estudantes de graduação.

Palavras-chave:

Empreendedorismo; Juventude; Graduação; Cultura Empreendedora; Colômbia.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, o empreendedorismo universitário tem ganhado destaque na sociedade, impulsionado pelo fluxo constante de informações que os jovens recebem diariamente com o avanço tecnológico, resultando no aumento do número de empreendedores. Como consequência, surgiu uma necessidade crescente de inovação em um mercado global altamente competitivo.

Na Universidade de Cundinamarca, em Fusagasugá, Colômbia, esse fenômeno é claramente perceptível entre os estudantes. A cidade se destaca pelo elevado índice de empreendedorismo, o que estimula a motivação e a criatividade dos jovens para se inserirem nesse mercado.

Este estudo visa analisar os fatores e motivações dos jovens universitários colombianos, focando em como a cultura empreendedora local, a concorrência, os fatores econômicos, o suporte acadêmico robusto e o forte desejo de transformar suas vidas influenciam o início precoce de seus empreendimentos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo universitário precoce refere-se à iniciativa de gerenciar negócios ainda durante a graduação. Esse fenômeno tem crescido entre jovens que buscam aplicar os conhecimentos e visões empreendedoras adquiridas na universidade como forma de construir um futuro melhor, intensificado pelo acesso a recursos tecnológicos e informações.

2.1 Cultura empreendedora local

¹ Discente, IFSULDEMINAS – Campus Carmo de Minas. E-mail: leticia.ribeiro@alunos.ifsuldeminas.edu.br.

² Orientador, IFSULDEMINAS – Campus Carmo de Minas. E-mail: michele.silva@ifsuldeminas.edu.br

A cultura empreendedora local abrange o conjunto de atitudes, valores e práticas que estimulam e promovem o empreendedorismo em uma região específica, sendo um fator crucial para o desenvolvimento do empreendedorismo universitário. De acordo com o Sebrae (2022), as tradições culturais podem se transformar em um movimento empreendedor, superando os desafios econômicos frequentemente enfrentados por cidades menores. Fusagasugá é um exemplo disso, uma cidade marcada pela inovação e pelo espírito de iniciativa de seus habitantes, que inspiram e motivam os jovens da Universidade de Cundinamarca a explorar oportunidades de negócios e a se inserir no mercado de trabalho de forma autônoma.

A cidade abriga o Centro de Emprendimiento de Fusagasugá (CEF), uma incubadora de *startups* que oferece suporte a novos empreendimentos, incluindo treinamentos, mentorias, aceleração e recursos para empreendedores em estágio inicial. Além disso, programas promovidos pela prefeitura, como o "Fondo Emprender", em parceria com a Universidade de Cundinamarca, têm sido fundamentais para transformar a mentalidade dos jovens.

2.2 Fatores Econômicos e Concorrência

Com uma população de aproximadamente 119 mil habitantes, um salário-mínimo de COP 1.300.606 e uma taxa de desemprego de 8%, os jovens de Fusagasugá sentem a necessidade de buscar alternativas e aproveitar o crescimento da cidade nos setores de serviços e comércio para empreender.

Porter (1990) sugere que um ambiente competitivo estimula a inovação e o aprimoramento das habilidades empreendedoras. Com um mercado em rápido crescimento, os universitários se encontram em um cenário altamente competitivo, exigindo que se destaquem e inovem em seus empreendimentos.

2.3 Suporte Acadêmico

A Universidade de Cundinamarca oferece um suporte acadêmico de excelência, proporcionando um ambiente altamente capacitado para a formação de empreendedores diferenciados no mercado. Com uma infraestrutura ampla e voltada para o bem-estar físico e mental dos estudantes, a universidade conta com profissionais qualificados que exigem dos alunos um profundo conhecimento do mercado e a colaboração com empresas, fornecendo um suporte rigoroso.

2.4 Motivações Pessoais

As motivações pessoais, como a busca pela independência financeira, maturidade, sucesso e o desejo de autonomia da carreira, são fortes impulsionadores do empreendedorismo, especialmente quando inspiradas por pessoas locais que obtiveram êxito (Sebrae, 2023). A visão desde cedo de como muitos de seus pais empreenderam na juventude faz com que os cidadãos de Fusagasugá se vejam como potenciais empreendedores natos.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Para compreender os fatores e motivações que levam os jovens universitários da Universidade de Cundinamarca a iniciarem seus empreendimentos ainda durante a graduação, foi conduzida uma pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa com um grupo de aproximadamente 30 estudantes. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários disponibilizados no *Google Forms*, assegurando o anonimato dos respondentes, e complementada por observações informais realizadas pela pesquisadora.

Os questionários foram elaborados para explorar aspectos como motivação, influências culturais e econômicas, e a infraestrutura oferecida pela universidade. Para garantir a confidencialidade, os questionários foram projetados de forma a assegurar o anonimato dos respondentes, preservando a identidade dos participantes, inclusive para a pesquisadora.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nos dados das pesquisas quantitativas, observou-se que as principais motivações para os universitários empreenderem precocemente são: 45% dos alunos empreendedores mencionaram o desejo de alcançar independência financeira e sucesso por meio da criatividade e inovação; 30% apontaram a necessidade de resolver problemas existentes no mercado, utilizando essas oportunidades; e 25% expressaram o desejo de seguir os passos de familiares ou empreendedores locais.

Quanto aos fatores que influenciaram esses empreendedores, foram identificados: 50% foram impactados pela cultura local e pelas falhas dos concorrentes; 30% destacaram a influência da educação infantil voltada para a inovação e a presença de uma cultura empreendedora desde a infância; e 20% citaram a preparação da universidade para se destacarem em um mercado competitivo.

A pesquisa qualitativa revelou que, além do apoio institucional e da necessidade de se destacar no mercado, um fator psicológico importante foi a motivação proporcionada pelas pessoas locais, que incentiva os jovens a expandirem seus horizontes e sonharem sem limites. Situação que contribui para o desenvolvimento de capacidade de inovação e criatividade, aprimoradas pela universidade, resultando em sucessos precoces para os alunos.

5. CONCLUSÃO

A pesquisa revela que os jovens da Universidade de Cundinamarca demonstram grande desenvoltura e potencial para se tornarem empreendedores, impulsionados pela forte cultura empreendedora da cidade e da universidade, que os auxilia a ingressar no mercado de trabalho de maneira inovadora.

Além disso, os fatores psicológicos exercem uma influência significativa nas ações desses jovens. O incentivo recebido de pessoas que os encorajam a superar limites gera um impacto considerável no cérebro, influenciando os processos cognitivos e emocionais. Assim, os universitários de Fusagasugá são jovens ambiciosos e motivados a transformar suas realidades por meio do empreendedorismo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao IFSULDEMINAS pela valiosa oportunidade de participar do intercâmbio acadêmico. Essa experiência não só ampliou meus horizontes acadêmicos e profissionais, mas também proporcionou um profundo entendimento sobre práticas e culturas empreendedoras em um contexto internacional. Agradeço o suporte e pelos recursos oferecidos, que foram fundamentais para o sucesso desta jornada.

REFERÊNCIAS

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

SEBRAE. **Cultura e saberes locais podem ser a base do empreendedorismo**, 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/cultura-e-saberes-locais-podem-ser-a-base-do-empreendedorismo,a722a17f1db32810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 28 ago. 2024.

SEBRAE. **Por que ser empreendedor?** 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-ser-empreendedor,274eb6220f775810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 28 ago. 2024.