

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

LARISSA SOCZEK HABERLAND

MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS NO TURISMO: ESTUDO COM EGRESSOS
DO CURSO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

PONTA GROSSA

2017

LARISSA SOCZEK HABERLAND

MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS NO TURISMO: ESTUDO COM EGRESSOS
DO CURSO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para
obtenção do título de Bacharel em Turismo na
Universidade Estadual de Ponta Grossa. Área de
Turismo.

Orientadora: Prof. Dra. Mirna de Lima Medeiros.

PONTA GROSSA
2017

LARISSA SOCZEK HABERLAND

MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS NO TURISMO: ESTUDO COM EGRESSOS
DO CURSO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel
em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa. Área de Turismo.

Ponta Grossa, _____ de _____ de _____.

Prof. Dra. Mirna de Lima Medeiros – Orientadora
Doutora em Administração
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dra. Valéria de Meira Albach
Doutora em Geografia
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Me. Paulo Stachowiak
Mestre em Turismo
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Dedico à minha família.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus. Obrigada por sempre estar comigo.

À professora e orientadora Dra. Mirna de Lima Medeiros, por todo seu conhecimento, paciência e ajuda necessária nas orientações e contribuições deste trabalho.

Aos meus pais Helder e Marcia, que sempre acreditam em mim e me incentivaram a buscar meus objetivos e realizar meus sonhos.

Aos meus irmãos Agnes e Matheus, que sempre estão comigo nas horas boas e ruins sendo sempre os melhores irmãos que poderia ter.

Aos meus avós, por todo o esforço e carinho quando mais preciso.

Ao meu namorado, que durante esses 4 anos esteve sempre ao meu lado me apoiando em tudo.

Ao Prof. Me. Paulo Stachowiak por me impulsionar ao caminho do Empreendedorismo e seu empenho em me auxiliar com o assunto.

À Prof. Dra. Valéria de Meira Albach e suas contribuições para o melhoramento deste trabalho.

À todos os professores do Detur e o conhecimento passado durante os 4 anos da graduação.

Ao Prof. Maurício Kusdra, que não me deixou desistir das “coisas da vida”. Não está sendo fácil, mas está valendo à pena.

À todos os egressos do curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa que de alguma forma contribuíram com este trabalho, respondendo ou repassando a pesquisa. Sem vocês este trabalho não seria possível.

Enfim, sou imensamente grata à todos que fazem parte do meu caminho e por estar concluindo uma fase tão importante em minha vida. Obrigada.

“Eu nunca disse que seria fácil, eu apenas disse que valeria à pena.”

Autor desconhecido

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi de averiguar as principais motivações que levaram os egressos de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa a empreender. A metodologia se dividiu em duas partes, a primeira contando com a elaboração do referencial teórico e explanando sobre os conceitos principais deste trabalho, o empreendedorismo, o intraempreendedorismo, o processo e as motivações empreendedoras e a segunda sendo possível elaborar uma pesquisa com base no referencial, utilizando para coleta de dados um questionário hospedado na plataforma *google docs*. O link para o questionário foi divulgado para todos os egressos do curso, via e-mail, *Facebook* e *WhatsApp*. O retorno obtido pode ser considerado satisfatório, pois dos 308 bacharéis obteve-se um retorno de 99 egressos (32,1%) formados no curso. Nessa amostra verificou-se que 52 respondentes (52,5%) empreendem, já empreenderam ou são intraempreendedores. As categorias de motivações para empreender foram definidas a priori por meio do referencial teórico e divididas em 4 grupos. As mais citadas entre os egressos foram as de origem econômica, seguida das pessoais, circunstanciais e intraempreendedoras. Com a pesquisa também foi possível fazer um breve perfil dos respondentes e entender o processo empreendedor descrito por alguns autores.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Motivações. Turismo. UEPG.

ABSTRACT

The objective of this work was to ascertain the main motivations that led the graduates of Bachelor of Tourism of the State University of Ponta Grossa to undertake. The methodology was divided into two parts, the first being the elaboration of the theoretical reference and explaining the main concepts of this work, entrepreneurship, intrapreneurship, entrepreneurial process and motivations, and the second one being possible to elaborate a research based on the referential , using for data collection a questionnaire hosted on the google docs platform. The link to the questionnaire was made available to all course participants via e-mail, Facebook and WhatsApp. The return obtained can be considered satisfactory, because of the 308 bachelors, a return of 99 graduates (32.1%) graduated in the course was obtained. In this sample it was verified that 52 respondents (52.5%) undertake, have already undertaken or are intra-entrepreneurs. The categories of motivations to undertake were defined a priori by means of the theoretical reference and divided into 4 groups. The most cited among the graduates were those of economic origin, followed by personal, circumstantial and intra-entrepreneur. With the research it was also possible to make a brief profile of the respondents and to understand the entrepreneurial process described by some authors.

Keywords: Entrepreneurship. Motivations. Tourism. UEPG.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Nomenclaturas e Definições do Empreendedorismo Corporativo	16
QUADRO 2 – Modelo Básico do Processo Empreendedor Incluindo Fatores de Personalidade	24
QUADRO 3 – Principais Motivos para Empreender no Turismo	25
QUADRO 4 – Motivações para Empreender.....	26
QUADRO 5 – Relatos de Empreendedores	46

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Ano de conclusão do curso de Bacharelado em Turismo.....	29
TABELA 2 – Cursos realizados após a graduação em Turismo	32
TABELA 3 – Cursos de pós graduação realizados pelos egressos	33
TABELA 4 – Cursos realizados durante a graduação em Turismo	34
TABELA 5 – Setor que está inserido.....	35
TABELA 6 – Área que está inserido.....	35
TABELA 7 – Áreas da categoria outra	36
TABELA 8 – Áreas empreendidas citadas pelos egressos	41
TABELA 9 – Cursos realizados que auxiliaram em empreender.....	42
TABELA 10 – Área em que os egressos realizaram estágios	43
TABELA 11 – Desafios enfrentados.....	44

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Faixa Etária dos Egressos	30
GRÁFICO 2 – Gênero dos Respondentes	30
GRÁFICO 3 – Renda dos Respondentes.....	31
GRÁFICO 4 – Egressos que Realizaram Pós Graduação	32
GRÁFICO 5 – Curso Realizados Além da Graduação	33
GRÁFICO 6 – Percentual de Egressos Empreendedores.....	36
GRÁFICO 7 – Motivações Empreendedoras.....	38
GRÁFICO 8 – Área que Empreende está Inserida no Turismo.....	40
GRÁFICO 9 – Realizou Cursos Além da Graduação que Auxiliaram em Empreender	41
GRÁFICO 10 – Estágios Realizados durante a Graduação que Auxiliaram ao Empreender.....	43
GRÁFICO 11 – Percentual de Empreendedores que Enfrentam Desafios	44
GRÁFICO 12 – Percentual das Motivações	48

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR	14
2.2 APROFUNDANDO O INTRAEMPREENDEDORISMO	16
2.3 O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO DENTRO DOS CURSOS DE TURISMO	18
2.4 EMPREENDEDORISMO NO SETOR TURÍSTICO	20
2.5 O PROCESSO E AS MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS.....	22
3 RESULTADOS DA PESQUISA	28
3.1 METODOLOGIA	28
3.2 RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA COM OS EGRESSOS EM TURISMO DA UEPG.....	29
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
5 REFERÊNCIAS.....	50
6 APÊNDICES	54
6.1 APÊNDICE A:	54

1 INTRODUÇÃO

Empreender por diversas vezes é a saída que inúmeras pessoas encontram como solução para seu futuro. Alguns dados apontam que mesmo com a crise político econômica do país, o número de novos empreendimentos tem crescido. De acordo com o Indicador *Serasa Experian de Nascimento de Empresas* (2017) no ano 2016 foram criadas no Brasil 1.702.958 novas empresas. A *Global Entrepreneurship Monitor* (Sebrae, 2017) também aponta o crescimento do empreendedorismo no país, destacando que no ano de 2016 o total de empreendedores formais registrados era de 48.239.058 pessoas.

Dentro do setor turístico, o número de empreendimentos também é considerável. O Cadastur (Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que Atuam no Setor de Turismo) registrou a marca de 58.200 empresas certificadas no ano de 2016, um aumento de 4 mil cadastros em relação a 2015, o equivalente a 7% para o setor de Turismo (Ministério do Turismo, 2017).

A taxa de mortalidade de empresas tem caído em média 1% ao ano (de 24,2% em 2015 para 23,4% em 2016, Sebrae, 2017). Para que os percentuais continuem a diminuir é preciso compreender o processo empreendedor e as particularidades em cada área. Assim, o estudo empreendedor no turismo deve ser levado em consideração, para que análises sobre o tema possam ser debatidas e contribuam ao empreendedorismo no Turismo e ao futuro dos empreendedores.

De acordo com Andrade e Neto (2003), a sociedade após a industrialização, simultaneamente acompanhada da baixa oferta de empregos, favorece o empreendedor, que desponta como uma possibilidade de ocupação produtiva e renda para sobrevivência de famílias.

Este trabalho tem como propósito obter resposta para o seguinte problema: Quais as motivações para o bacharel em Turismo empreender? Sendo o objetivo geral deste trabalho: averiguar as motivações que levaram bacharéis em constituir seus próprios empreendimentos.

E os objetivos específicos:

- a) Discutir teoricamente sobre o conceito de empreendedorismo e intraempreendedorismo, seu estudo no turismo, o empreendedorismo turístico e as motivações para empreender no setor.

b) Apresentar os principais fatores para o processo empreendedor abordado por autores.

c) Analisar o perfil dos egressos do curso de Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) por meio de pesquisas e identificar as motivações que os levaram a empreender.

Torna-se pertinente a elaboração deste trabalho ao ser observado que no Turismo a vontade de empreender deve ser incentivada como um fator de desenvolvimento profissional e pessoal dos alunos. (WALMSLEY; THOMAS, 2011).

Tendo os egressos do curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa como estudo de caso pela presença de quase 20 anos de fundação de curso (à completar em 2018). Sendo plausível além de identificar as motivações que levaram alguns bacharéis em empreender, também analisar o perfil dos egressos desde a primeira turma formada em 2001 até os últimos acadêmicos que finalizaram o curso no ano de 2016.

Percebe-se então, o valor do ensino do empreendedorismo quando além de formar discentes preparados para o mercado de trabalho, alia-se o ensino teórico com a prática, tendo em vista a diminuição do número de mortalidade das empresas e também a melhoria da renda para o país. Podendo assim, alavancar a economia e transformar do atendimento ao produto final de uma empresa, independente da área empreendedora.

O trabalho se apresenta da seguinte forma: após esta introdução a fundamentação teórica salienta os principais conceitos sobre empreendedorismo, empreendedor e intraempreendedor, assim como apresenta o processo empreendedor e as motivações empreendedoras; em seguida os procedimentos metodológicos demonstram o caminho da pesquisa delineados para o alcance dos objetivos; após essa seção se encontram os resultados, fazendo um cruzamento com o referencial, e a seção de considerações finais com os últimos argumentos deste trabalho. Por fim são elencadas as referências utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

Antes de elucidar sobre o processo empreendedor e as motivações se faz necessário entender sobre dois conceitos que serão trabalhados amplamente neste trabalho, o empreendedorismo e o empreendedor.

Para Dornelas (2012) o empreendedorismo inclui a concepção de algo novo e de porte, requer dedicação e compromisso com a finalidade do crescimento da empresa. No entanto, o intuito de manter uma empresa em pé pode ser algo complicado, para tal fim é necessário estudo e desenvolvimento em diversas áreas. Do mesmo modo a construção e melhoramento de habilidades pessoais são desejáveis para o aperfeiçoamento do perfil empreendedor. (DORNELAS, 2012).

Sobre o empreendedor, Chiavenato (2006, p. 29) apresenta: “O termo empreendedor – do francês *entrepreneur* – significa aquele que assume riscos e começa algo novo”. Quando se quer empreender, não ter medo de errar é um dos princípios para se tornar empreendedor, cabe ao mesmo criar, inovar e/ou reinventar produtos e serviços.

O empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza visões (FILION¹, 1991 apud DOLABELA, 1999). É alguém que vai além e faz mais do que o aceitável, se esforça ao máximo para conquistar seus objetivos e não possui medo de correr riscos, deste modo descreve Dornelas (2012, p. 29):

Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

1. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive.
3. Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Segundo o autor, existe todo um processo empreendedor que envolve, funções, atividades e ações integradas com o desenvolvimento de novas empresas. (DORNELAS, 2012). Este processo segue três passos importantes para o empreendedorismo, o início de uma novidade, o compromisso com esta novidade e

¹ FILION, L. J. (1991). “O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações.” Revista de Administração de Empresas, FGV, São Paulo, jul/set. 1991, pp.31 (3): 67-71.

por fim, assumir os riscos necessários para a nova atividade, sem ter medo de falhar ou errar (DORNELAS, 2012).

No entanto, Dolabela (1999, p. 44) discorre: “O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é produto de trabalho duro”. Para o autor, além do empreendedor desenvolver uma visão clara dos negócios, é necessário conseguir convencer terceiros de que sua visão será o melhor para empresa, para tais obstáculos, é preciso vigor em seus planos e a contínua persistência em algo que as vezes possa parecer inexecutável.

Os autores demonstram que grande parte dos empreendedores fomentam negócios dentro de mercados que já existem, mas mesmo assim, eles não deixam de obter sucesso (DORNELAS, 2012). Este fato liga-se ao processo de criação ou da inovação nos mercados consolidados, quando uma atividade comum de um setor, se transforma em novidade com esforço, assim, desencadeando-se ao prestígio.

Para Chell (2011, p. 27) o empreendedorismo pode ser compreendido por fatores de construção da personalidade, junto das habilidades e ao reconhecimento de oportunidades. A autora ainda cita que o processo empreendedor acontece pela “interação pessoa-situação e são desenvolvidas por uma perspectiva social e psicológica” (CHELL, 2011, p. 27). Faz-se assim necessárias, além das características pessoais empreendedoras, o conhecimento, as motivações e as experiências hábeis para um futuro gestor.

Do mesmo modo Dornelas (2012, p. 30) explica que a vontade de empreender está ligada em três áreas de habilidades: “técnicas, gerenciais e características pessoais”. Seriam elas as características de um empreendedor, tendo como exemplo, saber liderar e trabalhar em equipe (técnicas), idealizar, progredir e dirigir uma empresa (gerenciais) e as pessoais, ser inovador, não ter medo dos riscos, ser obstinado, possuir visão para o futuro.

Quando uma pessoa consegue atuar dentro de uma organização consolidada se destacando e auxiliando no crescimento da empresa, ocorre o intraempreendedorismo, termo que será melhor discutido na próxima seção.

2.2 APROFUNDANDO O INTRAEMPREENDEDORISMO

O intraempreendedorismo é atualmente um termo facilmente encontrado em diversos estudos empreendedores. Porém, possui inúmeras nomenclaturas, a mais popular é o “empreendedorismo corporativo”.

Para Hashimoto (2013) os termos são diferentes e não podem ser confundidos, uma vez que o intraempreendedorismo seria a disposição que o funcionário de uma determinada empresa possui para o empreendedorismo, enquanto o empreendedorismo corporativo seriam as ideias de novos negócios implantadas dentro da empresa.

O autor ainda define o intraempreendedor como uma pessoa qualquer, que dentro de uma organização consolidada utiliza suas habilidades para criar ou inovar em projetos que possuem caráter empreendedor (HASHIMOTO, 2013).

Dornelas (2008) apresenta alguns conceitos das varias nomenclaturas sobre o tema empreendedorismo corporativo, as quais apresentam-se no quadro à seguir:

QUADRO 1 – Nomenclaturas e Definições do Empreendedorismo Corporativo

NOMENCLATURA	IDEIA PRINCIPAL
Empreendedorismo corporativo	Processo pelo qual as empresas se envolvem na diversificação por meio de desenvolvimentos internos
Empreendedorismo corporativo interno	Todas as atividades empreendedoras formalizadas dentro de uma organização existente
Empreendimento corporativo	Envolve uma nova atividade; é iniciado e conduzido internamente; maiores riscos ou falhas; maiores incertezas; gerenciado separadamente; propósito de aumento de vendas, lucros, produtividade e qualidade.
Empreendimentos internos	Tentativas da empresa de entrar em diferentes mercados ou desenvolver produtos substancialmente diferentes daquelas atuais,
Empreendimento corporativo interno	Envolve a criação de uma unidade corporativa interna
<i>Venture</i>	Desenvolvimento de novos negócios dentro da estrutura corporativa
Novo negócio no empreendimento	Ocorre quando indivíduos e pequenos grupos formam grupos empreendedores dentro de uma organização e que são capazes de persuadir outros a alterar seu ambiente
<i>Venturing</i>	Uma empresa entrará em novos negócios através da expansão de suas operações nos mercados atuais ou novos mercados
Intraempreendedorismo	São aqueles que assumem a responsabilidade de criar e inovar dentro de qualquer tipo de organização

Fonte: Adaptado de Dornelas (2008)

Pode se observar no Quadro 1 que o termo intraempreendedorismo ou empreendedorismo corporativo vale-se a várias nomenclaturas. Em maioria derivadas de uma análise prática nas organizações, no entanto a ideia principal busca intensificar a inovação como centro da terminologia (MARTINS, 2010).

O intraempreendedorismo acontece em momentos de crises e emergências dentro de organizações, onde as habilidades e características intraempreendedoras se destacam nos funcionários. Hashimoto, (2013) salienta que as empresas possuem inúmeros funcionários empreendedores e que podem ser identificados pelas realizações que demonstram dentro e fora das organizações.

Santos e Acosta (2011) apresentam o intraempreendedor como indivíduos que dão menos importância ao capital do que as estruturas físicas e intelectuais, sendo ousados e assumindo riscos dentro das empresas em que trabalham. Os autores destacam:

O intraempreendedor nem sempre é aquele que inicia um novo negócio dentro de organizações, tal qualidade pode ser observada, muitas vezes, na maneira com que são resolvidos os problemas do dia-a-dia. (Santos e Acosta, 2011, p.130)

O empreendedorismo corporativo pode ser entendido pela renovação estratégica, ou seja, se caracteriza por várias mudanças relevantes dentro de uma organização (MARTINS, 2010). Desta forma, o intraempreendedorismo conta com: “atividades de renovação, inovação e criação estas sendo executadas dentro e fora das organizações [...]” (Martins, 2010, p. 50). Assim pode-se perceber que o processo de inovação está ligado à renovação e a criação do empreendedorismo corporativo dentro de organizações consolidadas.

Para Hashimoto (2013) o comportamento intraempreendedor está associado ao meio em que o indivíduo se encontra e suas habilidades desenvolvidas em seu trabalho, desenvolvendo tarefas que possam apresentar resultados positivos com influência direta mediante a organização.

Em relação as funções dos intraempreendedores ligados às organizações, Santos e Acosta (p. 130, 2011) destacam:

procurar e descobrir novas informações; traduzir estas informações em novos mercados, técnicas ou bens; procurar e descobrir oportunidades; avaliá-las; desenvolver cronogramas e metas; definir responsabilidades de administração; desenvolver o sistema motivacional da empresa; gerar

liderança para o grupo de trabalho e definir incertezas e riscos.

Para os autores estes fatores influenciam diretamente na carreira de um profissional e da empresa em que atua, o qual representará os valores e a imagem da organização.

Assim como o empreendedor e o empreendedorismo, o termo intraempreendedorismo não possui apenas uma definição clara, podendo ser considerado por alguns autores como “empreendedorismo corporativo”, porém para outros, são definições distintas, entretanto em maioria são definidos por envolverem a parte interna da organização, seus funcionários e o comprometimento dos mesmos com o crescimento pessoal e da empresa.

Além das características para empreender, o estudo e a prática do empreendedorismo, são fundamentais para se tornar um empreendedor ou intraempreendedor de sucesso (CHIAVENATO, 2006).

Deste modo, a próxima seção visa descrever sobre o ensino do empreendedorismo dentro dos cursos de Turismo, tratando sobre a importância que adquire e as diretrizes apresentadas pelo Ministério da Educação (MEC).

2.3 O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO DENTRO DOS CURSOS DE TURISMO

Dolabela (1999) compreende que o empreendedorismo adquire a finalidade de que possa ser estudado e tratado como um desenvolvimento pessoal no intuito de conduzir ao progresso da economia e geração de renda não apenas para a própria pessoa, mas também trazendo benefícios para toda a sociedade, por meio da criação de novos empregos, assim elevando a economia.

Para a conquista destes propósitos, surgiram cursos por todo Brasil com tais objetivos, dentro desses cursos alguns requisitos devem ser evidenciados:

[...] na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor; em como ocorre a inovação e o processo empreendedor; na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; em como preparar e utilizar um plano de negócios; em como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio; e em como gerenciar e fazer a empresa crescer. (DORNELAS, 2012, p. 31)

Os cursos podem ser técnicos, de universidades ou ainda cursos de

capacitação. Este último geralmente ofertado por órgãos públicos ou privados, tanto para profissionais que querem aperfeiçoar seus negócios, quanto para pessoas que buscam o conhecimento na área e almejam futuramente constituir uma empresa ou apenas para obter informações a respeito.

Para Moreland (2004, p. 185) existe: “a necessidade dos estudantes entenderem o que significa ser um empreendedor. [...]” destacando as percepções que os discentes possuem em relação ao empreendedorismo e seu desejo por aprender.

Se tratando do Turismo, Ruschmann (2004) trata sobre o empenho da educação no ensino superior de turismo, visto que a área turística, passa por processos de transformação rapidamente, o que gera a preocupação de formar prestadores de serviços bem capacitados e treinados para atender a demanda turística. A autora ainda ressalta:

Para a atividade como um todo, os esforços na educação e no treinamento agregam valor ao produto, incrementam a qualidade da mão-de-obra e implementam o espírito profissional nas equipes envolvidas, além de definir o negócio e a interdependência dos diversos setores envolvidos e suas distintas modalidades e categorias: de hospedagem, de transporte, alimentação, entretenimento, agenciamento, etc. (RUSCHMANN, 2004, p.5)

Dentro do ensino superior em Turismo, o Ministério da Educação (MEC), em sua Resolução CNE/CES nº 13/2006, amparado pelo Parecer CNE/CES nº 288/2004, instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos superiores de turismo quanto às habilidades e competências mínimas exigidas para o bacharel em turismo (MEC, 2010). Sendo assim destacado:

- Intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariada;
- Domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos identificando os prioritários inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;
- Integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- Compreensão da complexidade do mundo globalizado das sociedades pós-industriais onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem. (MEC, 2010)

Neste contexto, o MEC constituiu que os conteúdos dos cursos de turismo devessem propiciar tanto os conceitos teóricos, quanto o desenvolvimento de

habilidades práticas, as quais são entendidas como a capacidade de interpretar e atuar em diferentes locais e para a tomada de decisões, como as ações empreendedoras (FERREIRA; SILVEIRA; CARVALHO, 2011).

Perante estes fatores, o ensino do empreendedorismo se torna significativo nos cursos superiores de turismo. Sendo plausível que a abordagem do empreendedorismo deva constar na grade curricular dos mesmos. Assim, denota-se o valor do ensino do empreendedorismo nos cursos de graduação em turismo, uma vez que o preparo para se tornar empreendedor pode e deve ser desenvolvido durante o decorrer da graduação, proporcionando um maior entendimento da visão empreendedora (FERREIRA; SILVEIRA; CARVALHO, 2011).

Para entender melhor o estudo do empreendedorismo no Turismo, deve-se compreender sobre o tema no setor turístico o qual está melhor aprofundado na próxima seção, em que se explica com levantamento teórico sobre os principais aspectos do empreendedorismo no setor.

2.4 EMPREENDEDORISMO NO SETOR TURÍSTICO

Bacharéis em turismo e interessados no setor, desenvolvem o próprio negócio voltado para a área, em diferentes categorias como relata Andrade e Neto (2003, p. 145): “As empresas de natureza turística que operam no mercado podem ser agrupadas nas categorias de agências de turismo, alimentos e bebidas, entretenimento e lazer, eventos, hospedagem e transportes.” Além das áreas relatadas pelos autores, tanto para negócios próprios ou atuando como intraempreendedores, outras áreas de atuação serão abordadas na pesquisa, são elas: áreas naturais, planejamento, consultoria, tecnologia da informação e comunicação, docência e/ou pesquisa e as ONGs ou projetos independentes.

São abundantes os setores para se atuar empreendendo, seja constituindo o próprio empreendimento ou dentro de empresas presentes no mercado. (DORNELAS, 2012). O economista Schumpeter² (1949 apud Dornelas 2012) denota que é possível criar novos negócios, mas também pode-se inovar dentro de negócios existentes, ou melhor dizendo, existe a possibilidade de empreender dentro de corporações que já se consolidaram no mercado.

² SCHUMPETER, J. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Harvard University Press, 1949.

Com este propósito, aprender como empreender torna-se importante para um futuro gestor. Dornelas (2012) explica que até o fim do século XX acreditava-se que o empreendedor era algo ínsito, ou seja, o empreendedorismo nascia com a pessoa como um diferencial fadado ao sucesso dos negócios, porém, atualmente sabe-se que o progresso do empreendedor pode ser compreendido por toda pessoa determinada a aprender, assim como cita:

Acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento. (DORNELAS, 2012, p. 32)

O empreendedorismo, por diversas vezes, é confundido com os pequenos negócios, porém, não são sinônimos. Um novo empreendimento geralmente começa pequeno, sendo considerado um novo negócio ao qual se atribuí o fator empreendedor, mas nem sempre eles podem ser considerados locais geridos por empreendedores. (SACRAMENTO; TEIXEIRA, 2014).

Certamente, em várias dessas empresas, certo nível de inovação pode ocorrer, mas não em seu estágio de desenvolvimento inicial, sendo assim, não é plausível considerar pequenos negócios como empreendedorismo (ATELJEVIC; LI, 2011).

Dentro do setor turístico ocorre o mesmo. Pequenas empresas tendem a se apresentarem como empresas inovadoras e/ou empreendedoras, todavia, mesmo que celebradas pelo desenvolvimento sustentável, regional e da diversificação econômica, apenas algumas são verdadeiramente empreendedoras (ATELJEVIC; LI, 2011). Lembrando os princípios de Schumpeter³ (1934, apud, ATELJEVIC; LI, 2011) o empreendedorismo está associado a algo inovador e único. Pode-se assim observar, que as empresas que não buscam novas ideias e inovação, não podem ser consideradas empreendedoras por apenas ser um negócio novo no mercado.

Quando o processo de inovação dentro do setor de turismo apresenta falhas, existe a grande probabilidade de o destino entrar em declínio, sendo necessário novos estudos e investimentos de ideias criativas para que o destino ou organização possa se reerguer e desenvolver estratégias inovadoras.

³ SCHUMPETER, J. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Harvard University Press, 1934.

(FRANCHETTI; PAGE, 2011).

No contexto do desenvolvimento do empreendedorismo turístico, Peeters e Altejevic (2011), discorrem sobre as diversas formas de inovações interligadas que são empreendidas por diversos agentes, sendo eles individuais ou coletivos. O empreendedorismo coletivo cresceu na última década, sendo intensificado pela forte competição entre os destinos, das variações de mercado e do apoio financeiro do governo que diminuiu com o passar dos anos. (ATELJEVIC; LI, 2011).

Sendo este fator o principal impulsionador para que empresários e investidores se tornem mais empreendedores. Para além de gerir a competitividade entre os destinos, possam atender a demanda e garantir estratégias para atrair público para seu empreendimento.

Entretanto, para que o empreendedorismo e o empreendedor se consolidem, é necessário entender o processo que envolve os mesmos, para então compreender as motivações que levam um determinado indivíduo em buscar desenvolver e adquirir seu próprio empreendimento.

2.5 O PROCESSO E AS MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS

Antes do aprofundamento ao estudo das motivações empreendedoras, deve-se reconhecer o processo empreendedor, Mitchell et al. (2002, p. 27) sugerem que: “a personalidade deve ser concebida em termos de fatores cognitivos [...]”, sendo estabelecido um engajamento hábil e atentando ao processo de reconhecer as oportunidades no empreendedorismo (CHELL, 2011).

A autora ainda relata sobre a formação e desenvolvimento do empreendedor em uma esfera ambiental específica e que também engloba o comportamento afetivo, que está relacionado em motivar e direcionar o empreendedor (CHELL, 2011). O provável empreendedor é compreendido em termos de alguns fatores específicos, considerados cognitivos e que são descritos pela autora:

- Conhecimento, incluindo experiência e crenças;
- Competências, que são adquiridas por meio de treinamento e educação formal e são relevantes em relação ao processo empreendedor;
- Habilidades que o empreendedor tem, tal como habilidade musical ou criativa, que podem ser aproveitadas para facilitar a inovação e o desenvolvimento de oportunidades no campo já conhecido;
- Construtos, especificamente o conjunto que facilita o indivíduo a descrever seu mundo, suas situações e objetos, e as pessoas ao redor

dele, e, em um nível mais elevado, a formar esquemas para o entendimento e a descrição de fenômenos complexos, eventos e circunstâncias;

- Planos que incluem estratégias e táticas criadas pelo responsável para facilitá-lo na negociação das suas atividades. (CHELL, 2011, p. 27)

Ainda está incluso o afeto, não como forma cognitiva, mas em relação às emoções e sentimentos que acompanham o processo empreendedor. As emoções estabelecem o direcionamento ao comportamento empreendedor, englobando também os valores adquiridos. Tanto o comportamento afetivo quanto o cognitivo, estão interligados, assim criando uma base dinâmica ao empreendedorismo. (MISCHEL; SHODA⁴, 2005, apud CHELL, 2011).

O processo empreendedor descrito por Chell (2011), é compreendido por Snell e Lau (1994) como sendo o conceito de competências empreendedoras, descritas por meio do conhecimento, das habilidades, das qualidades pessoais ou características, das atitudes, visões, motivações ou direcionamentos e da ação efetiva do negócio e gerenciamento. Ainda compreende os valores, o plano de vida do empreendedor e suas características pessoais.

Para Mamede e Moreira (2005) e Teixeira (2011) as competências estão associadas a posturas empreendedoras, vinculadas ao reconhecimento de oportunidades, às habilidades, à capacidade de gerir um negócio, ao comprometimento, à facilidade de leitura e a capacidade de relacionamentos em rede.

As competências podem ser categorizadas em seis áreas distintas: “o comportamento, a competência de oportunidade, de relacionamentos conceituais, administrativas, estratégicas e de comprometimento” (MAN; LAU⁵, 2000, apud TEIXEIRA, 2011, p. 200).

Por se tratar de um assunto com inúmeras visões, onde alguns autores relatam o processo empreendedor como competências empreendedoras, dificultando uma única definição (TEIXEIRA, 2011), Chell (2008; 2011) elaborou um modelo básico para compreender o processo empreendedor, o qual inclui fatores de

⁴ Sistema afetivo-cognitivo da personalidade: reconceptualização de situações, disposições, dinâmica e invariância na estrutura de personalidade *in* CHELL, Elizabeth. Introdução e visão geral sobre o empreendedor e o processo de empreendedorismo. In: ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

⁵ Competências empresariais de proprietário / gerente de PME no Hong Kong Setor de serviços: uma análise qualitativa *in* TEIXEIRA, Rivanda Meira. Competências e Aprendizagem de Empreendedores/Gestores de Pequenas Empresas no Setor Hoteleiro. **Turismo em Análise**, v. 22, n. 1, p.195-219, abr. 2011.

personalidade, pode-se observar no Quadro 2:

QUADRO 2 – Modelo Básico do Processo Empreendedor Incluindo Fatores de Personalidade

Pessoa	Papel/Tarefa	Empreendedor Ambiente/Contexto	Resultados
Resultados <ul style="list-style-type: none"> • Cognitivo • Conhecimento • Competências • Habilidades • Construtos • Planos 	Disposição Assinatura Comportamental	Objetivos Intenções estratégicas Planos	Fundação do negócio Desempenho do negócio
Afeto <ul style="list-style-type: none"> • Emoções • Impulso • Atitude • Valores 			

Fonte: Adaptado de Chell (2011, p. 28)

O Quadro 2, demonstra o processo do empreendedorismo de forma básica, sendo este o conjunto responsável em motivar e direcionar o empreendedor. As quais estão relacionadas em alguns conceitos à intenção empreendedora.

Pode-se entender que todo o processo empreendedor (CHELL, 2011) juntamente às competências empreendedoras descritas por Snell e Lau (1994) remetem-se às motivações e o direcionamento ao empreendedorismo.

Entretanto, o entendimento dessas motivações se refere a um estudo de interesse de pesquisadores há séculos (BAUGHN; NEUPERT, 2003; COSTA; NASCIMENTO, 2009). São inúmeras as concepções sobre as motivações, embora em sua maioria estudiosos relatem as características de personalidade, questões culturais, institucionais e comparativas. (COSTA; NASCIMENTO, 2009).

As motivações não são consideradas universais e variam conforme o ambiente em que a pessoa vive e suas relações externas. Birley e Westhead (1994) concluíram em seu estudo, sete fatores motivacionais, sendo eles:

Necessidade de aprovação, necessidade de independência, necessidade de desenvolvimento pessoal, considerações de bem estar comunitário, instrumentalidade percebida da riqueza, redução de impostos e manutenção de papéis sociais/modelos.

Estes fatores explanados por Birley e Westhead (1994) podem ser facilmente compreendidos, pois são fatores que abrangem motivações pessoais e

econômicas. Nacionalmente, os autores Carrão, Johnson e Montebelo (2007) discorrem sobre onze diferentes fatores: desejo de enfrentar desafios, realização pessoal, independência econômica, percepção de oportunidade na área escolhida, criação de algo novo/inovador, independência pessoal, segurança profissional, busca por uma melhor posição social, situação política, frustração com experiências de trabalho anteriores, necessidade de poder.

Vários são os esforços para se entender as motivações que levam uma pessoa a possuir o desejo de se tornar ou que se tornam empreendedoras. Dentre os vários trabalhos para se entender o assunto, está o de Costa e Nascimento (2009).

Os autores foram responsáveis por analisar 140 empreendedores proprietários de micro e/ou pequenas empresas em 12 municípios diferentes na Costa Norte. Assim, destacaram no estudo as motivações e seus principais aspectos, sendo o Quadro 3 a seguir apresentado, concluído por meio de pesquisas abertas chegando a um quadro síntese dos principais motivos para se tornarem empreendedores.

QUADRO 3 – Principais Motivos para Empreender no Turismo

ITEM	ASPECTOS PRINCIPAIS
Atividade mais lucrativa do local e oportunidade de mercado	Turismo como o setor mais rentável da localidade, se sobressaindo aos demais setores. Decisão deliberada de investir na atividade turística com intenção de lucro futuro
Preparação e estudo formal em áreas afins	Início do negócio relacionado com a preparação e o estudo formal em áreas afins à atividade turística
Insumo herdado	A relação entre bens que já possuía e abertura da MPE
Falta de possibilidades de trabalho em outros setores, sobrevivência	Este aspecto tende a estar presente, principalmente, em locais pobres e que concentram no turismo sua principal expectativa para geração de renda
Experiência no ramo	Vivência prévia no setor era a principal razão para constituir a empresa
Estilo de vida: vida mais calma	Decisão de se estabelecer naquela localidade, possivelmente advindo de uma cidade grande ou de um trabalho atribulado
Desejo de viver no local	Constituição da empresa como uma consequência da vontade de permanecer no local;
Fazer o que gosta, realização pessoal	Escolhas pessoais e de realização do empreendedor como principal razão para constituir o negócio
Mudança de vida	Fuga, mudança na orientação da vida do empreendedor
Trabalhar por conta própria	Busca por autonomia, independência financeira, liberdade

Fonte: Costa e Nascimento (2009)

As principais respostas estão explanadas no Quadro 3 como as motivações mais relevantes, sendo pertinente destacar que algumas destas motivações compreendidas por Costa e Nascimento (2009), também se enquadram no estudo

compreendido por Carrão, Johnson e Montebelo (2007).

Sobre as motivações intraempreendedoras, Vale, Corrêa e Reis (2014) apontam em seu estudo sobre as motivações indutoras do empreendedorismo corporativo, entre elas encontra-se a ascensão ou crescimento na carreira. Enquanto Henrique e Cunha (2007) relatam em seu trabalho sobre a satisfação e auto realização em empreendimentos próprios ou dentro de corporações. Os autores ainda destacam como motivações, a satisfação em poder ajudar na melhoria da empresa a qual fazem parte, sendo empreendedores por oportunidade, visando o crescimento dentro da organização ou serem promovidos no emprego (Henrique & Cunha, 2007)

Por meio dos quadros, das definições de demais autores e observado o processo empreendedor, denota-se que as motivações podem ser de razões econômicas, pessoais ou circunstanciais. Sendo as mais percebidas e que serão destacadas para averiguar o objeto de estudo as seguintes motivações demonstradas no Quadro 4:

QUADRO 4 – Motivações para Empreender

ECONÔMICAS	PESSOAIS	CIRCUNSTANCIAIS	INTRAEMPREENDEDORAS
<ul style="list-style-type: none"> • Independência financeira • Atividade mais lucrativa do local • Segurança profissional financeira 	<ul style="list-style-type: none"> • Realização pessoal • Estilo de vida • Liberdade pessoal • Criar algo novo e ou inovador • Sobrevivência • Mudança de vida • Desejo de enfrentar desafios • Necessidade de poder • Necessidade de <i>status</i> • Bem estar comunitário/fazer algo melhor ao mundo • Frustração em trabalhos anteriores 	<ul style="list-style-type: none"> • Formação na área que atua • Percepção de oportunidade no mercado • Instabilidade na carreira/empregos anteriores • Desemprego • Experiência na área • Herança/insumo herdado • Situação política • Disciplina de gestão empreendedora na graduação • Trabalhos de outras disciplinas durante a graduação 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento na carreira • Ser promovido no emprego • Auto realização dentro da empresa em que trabalha • Auxiliar na melhoria da empresa a qual faz parte

Fonte: Elaborado com base em Chell (2011); Costa e Nascimento (2010); Birley e Westhead (1994); Carrão; Johnson e Montebelo (2007); Vale, Corrêa e Reis (2014); Henrique e Cunha (2007).

O Quadro 3, apresenta em síntese as principais motivações que levam uma pessoa a empreender, não necessariamente no Turismo, mas as razões que

despertam o desejo do empreendedorismo em si.

Embasando-se no Quadro 4, elaborou-se um questionário a ser aplicado aos egressos do curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, por meio da pesquisa, pretende-se analisar o perfil dos bacharéis e identificar as motivações que os levaram a abrir o próprio negócio, sendo na área do Turismo ou não.

3 RESULTADOS DA PESQUISA

3.1 METODOLOGIA

A pesquisa realizada caracteriza-se como descritiva, que tem como objetivo descrever características de uma determinada população (GIL, 2016). É a pesquisa responsável por observar, analisar, registrar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulá-los (CERVO; BEVIAN; DA SILVA, 2011). Segundo os autores, a pesquisa busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social e nos mais diversos âmbitos do comportamento humano tanto individual quanto coletivo ou de grupos complexos.

A sua natureza é quantitativa e qualitativa, com o intuito de não apenas reconhecer quanto é o número de egressos do curso de Turismo que são empreendedores, mas também de averiguar as motivações para o bacharel em turismo empreender no setor turístico.

Por intermédio do Departamento de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, foi possível obter os contatos de e-mail dos egressos. Desde a primeira turma formada (em 2001), até a mais recente (2016) contando com 308 alunos formados pela instituição. Um convite com o link do formulário foi enviado por e-mail e foram utilizadas também outras plataformas: *Facebook* e *WhatsApp* (individualmente e nos grupos do curso). A pesquisa (Apêndice A) ficou disponível durante 15 dias em agosto de 2017, chegando ao resultado de 99 respostas (32,1%). Os dados foram analisados por meio de análise de conteúdo e estatística descritiva conforme a característica de cada dado.

3.2 RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA COM OS EGRESSOS EM TURISMO DA UEPG

Após a aplicação dos questionários, foi possível fazer a análise dos resultados com base no referencial teórico. Os resultados a seguir apresentados relatam um breve perfil dos egressos do curso de Turismo da UEPG e logo é possível verificar as questões sobre quem empreendeu e suas motivações.

A Tabela 1 a seguir apresentada, se refere ao ano em que o egresso concluiu o curso. Os 99 bacharéis que responderam a pesquisa, se configuram da seguinte maneira:

TABELA 1 – Ano de conclusão do curso de Bacharelado em Turismo

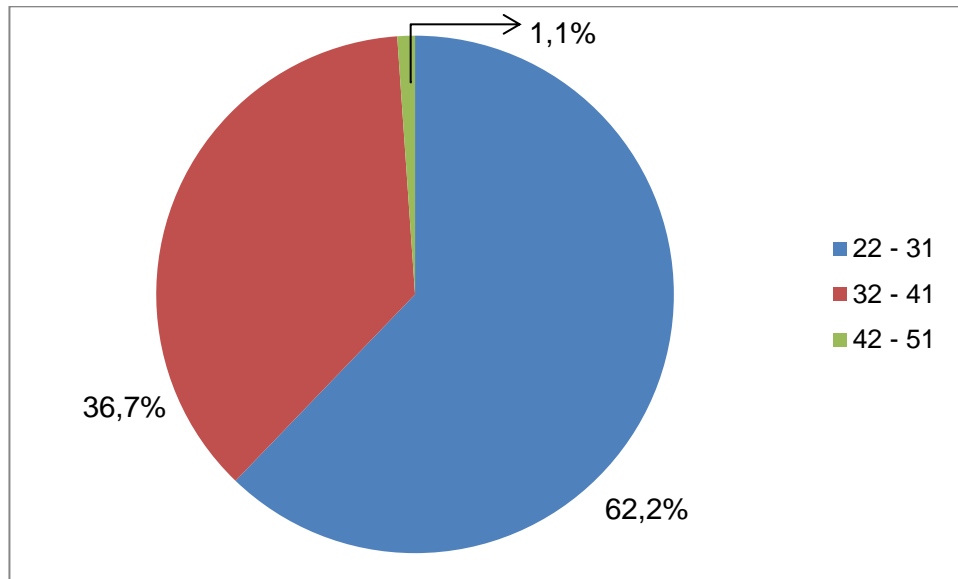
ANO DE CONCLUSÃO DO CURSO	FORMADOS	RESPONDENTES	PERCENTUAL
2001	20	09	45%
2002	23	03	13,4%
2003	28	02	7,1%
2004	19	04	21,5%
2005	21	09	42,8%
2006	23	05	21,3%
2007	12	-	-
2008	20	04	20%
2009	20	08	40%
2010	15	03	20%
2011	18	10	55,5%
2012	20	09	45%
2013	17	07	41,1%
2014	19	07	36,8%
2015	15	08	53,3%
2016	18	11	61,1%

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

A amostra de respondentes foi composta por 99 bacharéis e tem sua caracterização descrita na Tabela 1. Nesta se apresenta o número de egressos formados e de respondentes (e seu percentual diante do total de formados no ano) por ano de formatura. Pode-se perceber, que os maiores percentuais de retorno estão nos últimos anos (2011-2016). Assim pode-se considerar que o alcance da pesquisa ou disponibilidade para responder foi maior entre bacharéis recém-formados (2016). Há que se destacar, entretanto, que houve representantes de quase todos os anos de formatura (15 dos 16 anos em quem houve formandos).

O Gráfico 1 apresenta a faixa etária dos egressos, apresentado majoritariamente por pessoas entre 22 e 31 anos.

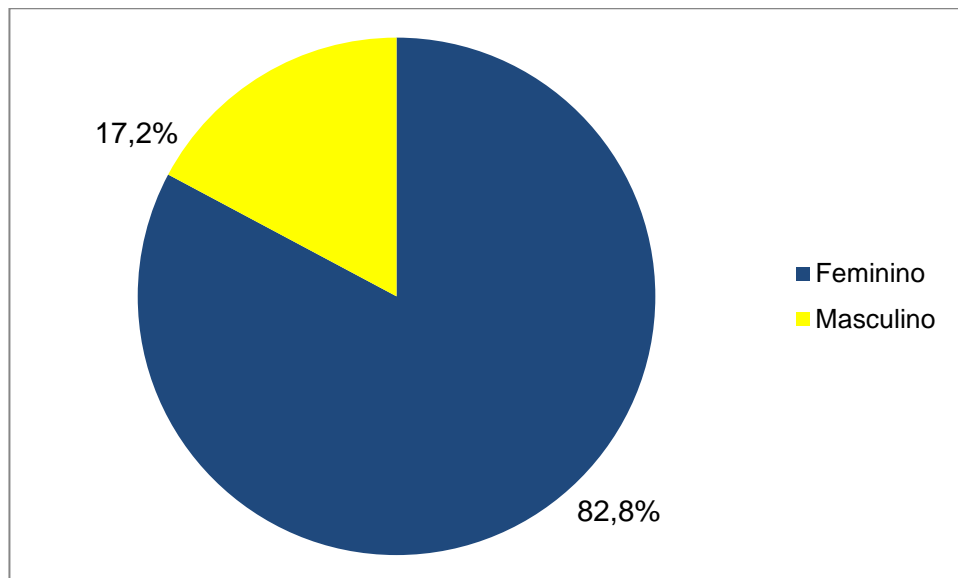
GRÁFICO 1 – Faixa Etária dos Egressos



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Como parte do perfil dos egressos, averiguou-se o sexo dos entrevistados. A maioria se considera do gênero feminino com o percentual de 82,8% (82 pessoas) Apresenta-se a seguir:

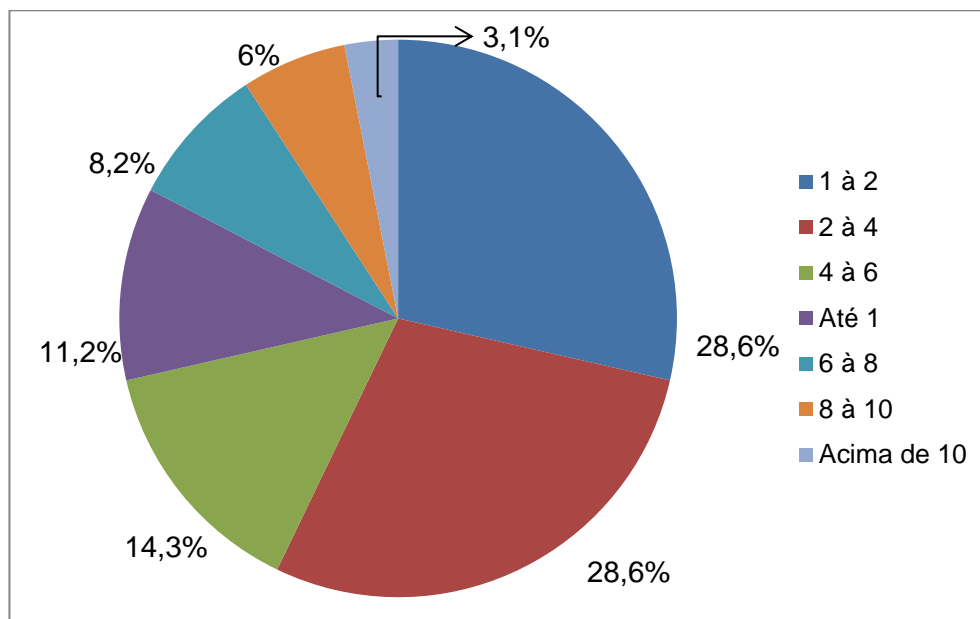
GRÁFICO 2 – Gênero dos Respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Ainda para averiguação do perfil, os respondentes deveriam indicar a renda pessoal, com base no salário vigente em Agosto de 2017 (937 reais).

GRÁFICO 3 – Renda dos Respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Foi possível observar que 70,7% (70 respondentes) recebe entre 1 a 6 salários mínimos ou entre R\$937 e R\$5.622 e 11,1% (11 pessoas) possui renda de até R\$937. Enquanto o número de egressos que recebe de 6 a 10 salários mínimos (R\$5.622 a R\$9.370) é de 14 pessoas (14,1%) e quem recebe acima de 10 salários mínimos representa 4,1% (4 egressos). O percentual de egressos que recebem até 6 salários mínimos, pode ser considerado elevado, porém leva-se em consideração que a maioria dos respondentes (52,5%) ainda são jovens e se formaram entre 2011 e 2016, estima-se que ainda estão em processo de ascensão na carreira.

Após a graduação em Turismo 24 pessoas (24,2%) concluíram outro curso de graduação, sendo que 8 destas pessoas concluíram o curso de Bacharelado em Administração ou Administração e Logística. Observa-se na tabela 2 todos os cursos de graduação realizados pelos bacharéis.

TABELA 2 – Cursos realizados após a graduação em Turismo

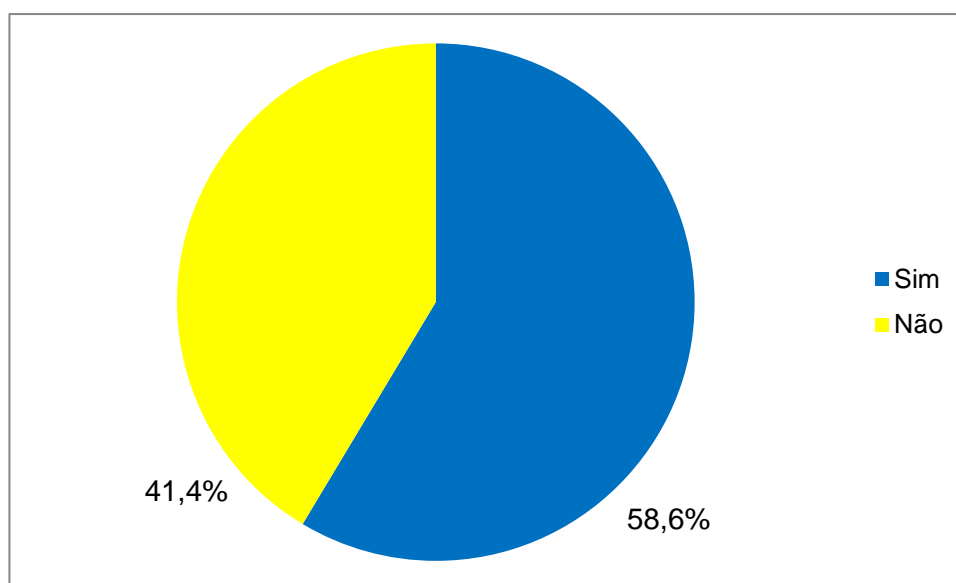
CURSOS	NÚMERO DE EGRESSOS QUE REALIZARAM OS CURSOS
Bacharelado em Administração/Administração e Logística	8
Bacharelado em Direito	3
Bacharelado em Geografia	3
Bacharelado em Educação Física	2
Arquitetura e Urbanismo	1
Bacharelado em Engenharia Civil	1
Engenharia Mecânica	1
Gastronomia	1
Gestão da Qualidade	1
Jornalismo	1
Licenciatura em Artes Visuais	1
Licenciatura em Letras Português/Francês	1
Licenciatura em Letras Português/Inglês	1
Tecnologia em Alimentos	1

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Ao todo foram indicados 17 cursos diferentes de graduação, porém duas pessoas concluíram além de Bacharelado em Turismo, outros dois cursos.

A pesquisa também verificou que 58 pessoas (58,5%) realizaram alguma pós-graduação, contra 41,4% (41 egressos) que responderam negativamente a questão. O gráfico 4 apresenta os percentuais da pesquisa.

GRÁFICO 4 – Egressos que Realizaram Pós Graduação



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Todos que responderam positivamente a pesquisa deveriam marcar a pós

graduação realizada, era uma questão em que o egresso poderia marcar mais de uma opção. A Tabela 3 indica o número de citações.

TABELA 3 – Cursos de pós graduação realizados pelos egressos

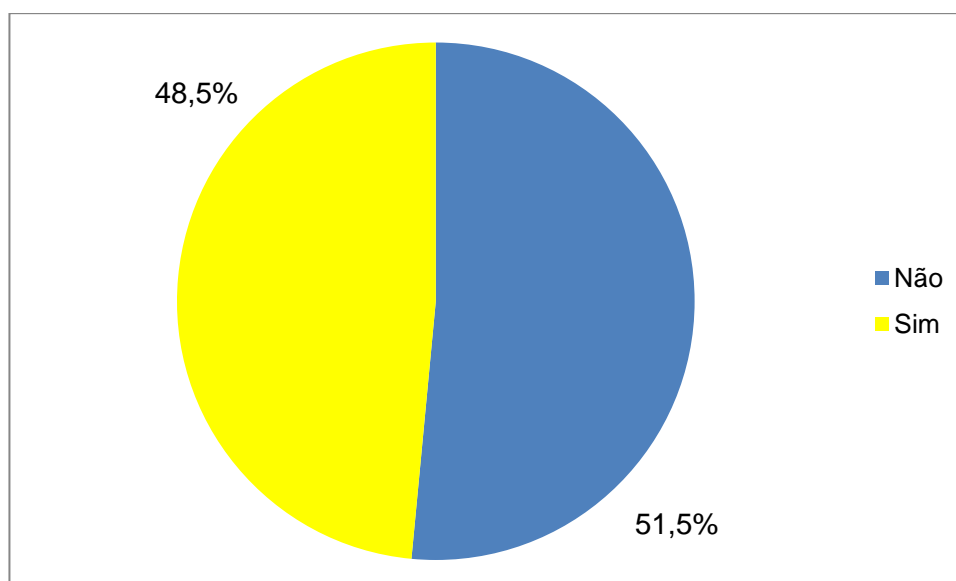
Pós-Graduação	Número de citações
Especialização/MBA	53
Mestrado Acadêmico	15
Doutorado	6
Curso Técnico	4
Mestrado Profissional	2

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

A Especialização recebeu o maior número, com 36 citações, seguido do MBA, com 17 e do Mestrado Acadêmico com 15 citações. O Doutorado recebeu 6 indicações, Curso Técnico 4 e o Mestrado Profissional apenas 2 pessoas citaram. Leva-se em consideração que o respondente pode ter marcado mais de uma, até mesmo todas as opções.

Ainda como questões gerais para todos os egressos, se averiguou se os mesmos durante a graduação em Turismo realizaram outros cursos. O Gráfico 5 apresenta os resultados:

GRÁFICO 5 – Curso Realizados Além da Graduação



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Observa-se que 51 respondentes não realizaram outros cursos durante a

graduação em Turismo e 48 realizaram. Quando a resposta foi “sim” para a questão, também pedia-se que o bacharel indicasse qual ou quais cursos realizou como complementação durante sua graduação.

Na Tabela 4 apresenta-se os cursos que os bacharéis citaram:

TABELA 4 – Cursos realizados durante a graduação em Turismo

CURSOS	NÚMERO DE CITAÇÕES
Idiomas (Inglês, Espanhol, Francês, etc.)	21
Vários cursos em diversas áreas relacionadas ao Turismo (mini cursos, congressos, aperfeiçoamentos, sequenciais)	7
Diversos relacionados à gestão empresarial/gestão de pessoas/cursos de empreendedorismo do Sebrae	6
Técnico em Guia de Turismo/Guia Regional	5
Cursos de Extensão	4
Cozinheiro/Gastronomia	3
Cursos complementares de curta duração	3
Excel e Web Designer/informática	3
Gestão e inovação/marketing	3
Organização de eventos	3
Planejamento turístico	3
Intercâmbios focados em hotelaria e Turismo	2
Agenciamento/sistema Amadeus	2
Recepção hoteleira/Qualificação em hotelaria	2
Recreação	2
Cursos relacionados com o turismo em áreas naturais	1
Design de interiores, iluminação cênica	1
<i>Personal organizer</i>	1
Técnico em nutrição	1

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Em maioria os egressos realizaram cursos relacionados ao Turismo, buscando qualificação para melhor se colocar no mercado, através de cursos de línguas estrangeiras, capacitação em algumas áreas específicas como agenciamento e eventos, por exemplo, e outras variações de cursos de diversas áreas de interesse pessoal ou profissional, como gastronomia, gestão empresarial e inovação, recreação e cursos de curta duração como cursos ministrados em congressos ou de extensão.

Também se verificou entre todos os egressos o setor em que os respondentes estavam inseridos. A Tabela 5 apresenta os setores e quantas indicações receberam.

TABELA 5 – Setor que está inserido

SETOR	NÚMERO DE INSERIDOS NO SETOR
Funcionário no Setor Privado	42
Empreendedor/Empresário	24
Funcionário Público	19
Autônomo	10
Empreendedor/Intraempreendedor	2
Outro	13

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Os respondentes poderiam marcar mais de uma opção, sendo plausível que um funcionário público também pode atuar no setor privado ou empreender. Destaca-se nesta tabela em que 24 pessoas consideraram serem empreendedores/empresários. No quesito outros, algumas pessoas mencionaram que no momento estão estudando, outros estão no terceiro setor (sem fins lucrativos) e duas no momento da pesquisa estavam desempregadas.

O Turismo apresenta diferentes áreas, as quais os bacharéis formados no curso poderiam escolher para seguir empreendendo ou não. A tabela 6 apresentada a seguir, representa o número de egressos por área, sendo que os respondentes também poderiam marcar mais de uma opção:

TABELA 6 – Área que está inserido

ÁREA	NUMERO DE EGRESSOS POR ÁREA
Eventos	19
Agenciamento	16
Alimentos e Bebidas	11
Docência/Pesquisa	11
Planejamento	9
Consultoria	8
Meios de Hospedagem	7
Lazer e Entretenimento	6
Educação/Treinamento	6
Transporte	5
Tecnologia da Informação/Comunicação	4
Áreas Naturais	2
ONGs/Projetos Independentes	2
Outra	31

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

A tabela apresenta-se equilibrada, entretanto um ponto deve ser discutido, o de tantas pessoas marcarem a categoria “outra”. Pode-se considerar o número de egressos que após a conclusão do curso de Turismo realizaram outra graduação.

As outras áreas citadas estão representadas na tabela 7:

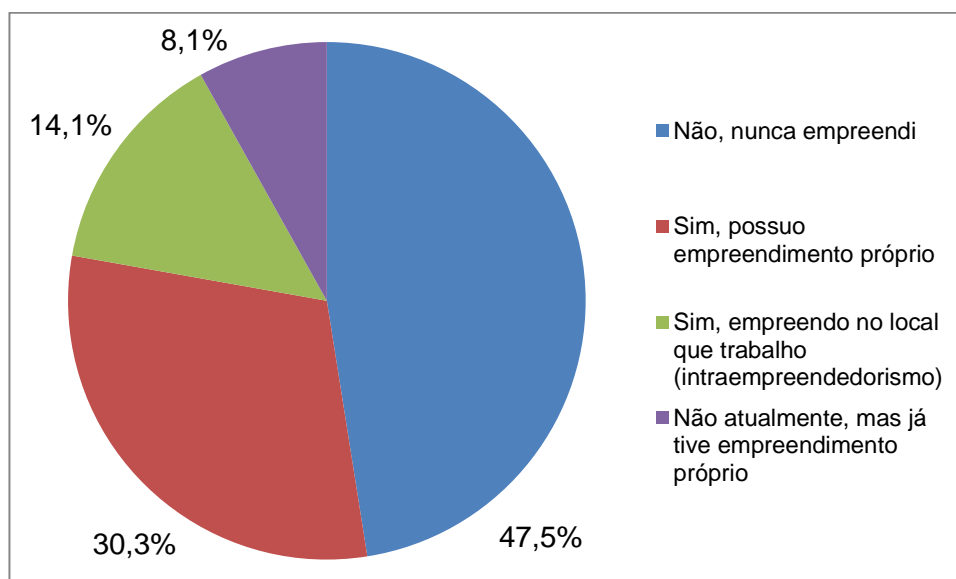
TABELA 7 – Áreas da categoria outra

ÁREA	CITAÇÕES
Comunicação e Marketing	3
Direito/Jurídico	3
Saúde	3
Comércio/Representante Comercial	2
Administrativo e Financeiro	1
Artesanato e Organização de Ambientes	1
Aviação Civil	1
Compras e Licitações	1
Construção Civil	1
Cultura	1
Desempregada da área de Agenciamento	1
Energia	1
Ensino de Línguas e Designer	1
Hospitalar	1
Hotelaria Hospitalar	1
Mercado Imobiliário	1
Políticas Públicas	1
Serviços - Aviação	1
Sindicato	1
Varejo de Produtos Médicos	1

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Após as verificações de perfil, chega-se ao ápice da pesquisa em averiguar quantos egressos se tornaram empreendedores depois de formados e suas motivações. O gráfico 6 a seguir representa a porcentagem de egressos que empreende ou já empreendeu (com seu próprio negócio ou dentro de uma empresa):

GRÁFICO 6 – Percentual de Egressos Empreendedores



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Nota-se que quase metade dos respondentes (47,5%) nunca empreenderam, enquanto 30 pessoas disseram que possuem empreendimento próprio, 14 se consideraram intraempreendedoras e 8 pessoas disseram que já empreenderam ou tiveram empreendimento próprio, porém no momento não estão mais empreendendo. O número de pessoas empreendedoras é considerado alto, pois 52,5% da amostra considerou que empreende ou já empreendeu de alguma forma em sua vida.

Para analisar o porquê de o egresso empreender era preciso entender as motivações que os levam ao empreendedorismo. As motivações apresentadas no gráfico a seguir, foram expostas aos respondentes para que marcassem as que realmente os motivaram ao empreendedorismo. As motivações mencionadas foram categorizadas conforme a proposta elaborada com base em Chell (2011); Costa e Nascimento (2010); Birley e Westhead (1994); Carrão, et al. (2007); Vale, et al. (2014); Henrique e Cunha, (2007) ao todo são 27 motivações divididas em 4 grupos de origem: Econômicas (03 motivações diferentes), Pessoais (11), Circunstanciais (09) e Intraempreendedoras (04). (citadas no Quadro 4 do referencial). A apresentação dos resultados segue essa ordem e apresenta-se no gráfico 7 abaixo em ordem decrescente da mais citada a menos citada.

GRÁFICO 7 – Motivações Empreendedoras



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Analisando as motivações como um todo, é possível visualizar um certo equilíbrio entre os tipos de motivações. Porém, nota-se que as motivações intraempreendedoras possuem menos menções do que as demais, o fato ocorre por serem motivações específicas, enquanto as demais são gerais, tanto para empreendedores quanto para intraempreendedores.

Por meio do gráfico é possível perceber que as duas motivações econômicas “independência financeira” e “segurança profissional/financeira”, que se encontram nos estudos de Carrão et al. (2007), receberam mais menções do que a motivação “atividade mais lucrativa do local”, a qual faz parte do trabalho de Costa e Nascimento (2010). Esse fator pode estar influenciado pelo local de aplicação das pesquisas.

Das motivações pessoais a “liberdade pessoal” foi a mais indicada, com 38 citações, seguida pela “realização pessoal” e o “estilo de vida”, com 36 indicações

cada. As demais permaneceram equilibradas, sendo a menos indicada a motivação de “sobrevivência”, com apenas 17 citações. Ao contrário do estudo de Costa e Nascimento (2010) cuja motivação de sobrevivência possui destaque maior em comparação a esta pesquisa.

A “percepção de oportunidade no mercado”, foi a motivação circunstancial que mais levou as pessoas a empreenderem (28 citações), seguida da “instabilidade na carreira” com 25 pessoas afirmando esta motivação. A motivação circunstancial considerada menos importante foi a “herança/insumo herdado” mencionada 15 vezes. É possível perceber que a disciplina de gestão empreendedora durante a graduação, também foi um dos motivos considerados importantes pelos egressos, bem como alguns trabalhos de outras disciplinas na graduação também possam ter influenciado na vontade de empreender do bacharel.

Por fim, a “experiência na área” e a “formação na área em que atua” vem mostrar a importância de se especializar e ganhar experiência anteriormente a empreender em um negócio próprio. Poder adquirir experiências, renderá habilidades e técnicas para manter e progredir com o empreendimento (Dornelas, 2012).

Por último apresenta-se as motivações intraempreendedoras, sendo a “auto realização dentro da empresa em que trabalha” a maior motivação dos empreendedores corporativos que responderam a pesquisa (17 citações), por conseguinte o “crescimento na carreira” também foi uma das motivações mais indicadas pelos egressos (14). Sendo que “ser promovido no emprego” recebeu apenas 11 menções. Nota-se que os intraempreendedores estão mais preocupados com a auto realização dentro da empresa e auxiliar na melhoria da empresa a qual fazem parte do que com promoções, mas não descartam o crescimento na carreira, na atual ou em outras empresas.

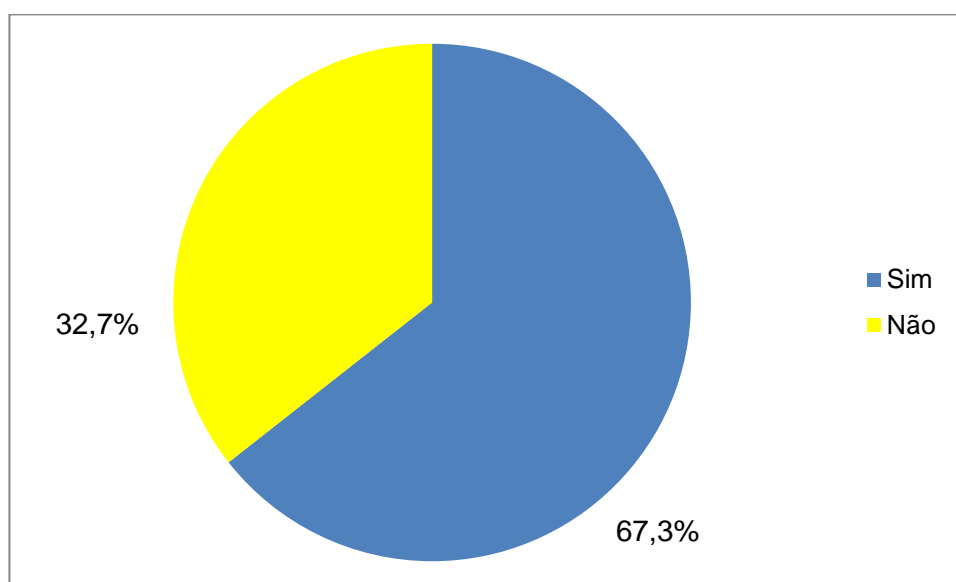
A pesquisa ainda contou com três pessoas relatando outras motivações. Uma delas abordou o bem-estar comunitário, mencionando que queria ajudar famílias e outro contou sobre a auto realização e a frustração que o impulsionou a empreender. Um terceiro respondente relatou falta de oportunidade no Turismo em empregos formais, abrindo o próprio negócio, no caso na área de Alimentos e Bebidas.

Chell (2011) apresenta o processo empreendedor por meio da formação e desenvolvimento do empreendedor em seu meio, relacionando também o

comportamento afetivo do indivíduo, o qual também poderá motivar o futuro empreendedor. Para entender um pouco mais sobre esse processo empreendedor, do qual Dornelas (2012) relata em que não basta apenas querer empreender, deve-se aliar funções, atividades e ações, buscou-se entender o caminho do egresso que constitui um empreendimento desde a graduação até se tornar um empreendedor.

Primeiramente foi observado qual o setor no qual empreendem. Observou-se que 67,3% (35) dos 52 egressos que mencionam empreender estão inseridos em alguma área do Setor de Turismo, enquanto 32,7% (17) responderam negativamente a questão. O gráfico 8 ilustra os dados.

GRÁFICO 8 – Área que Empreende está Inserida no Turismo



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Todos os empreendedores deveriam colocar a área em que empreendem, constituindo a Tabela abaixo:

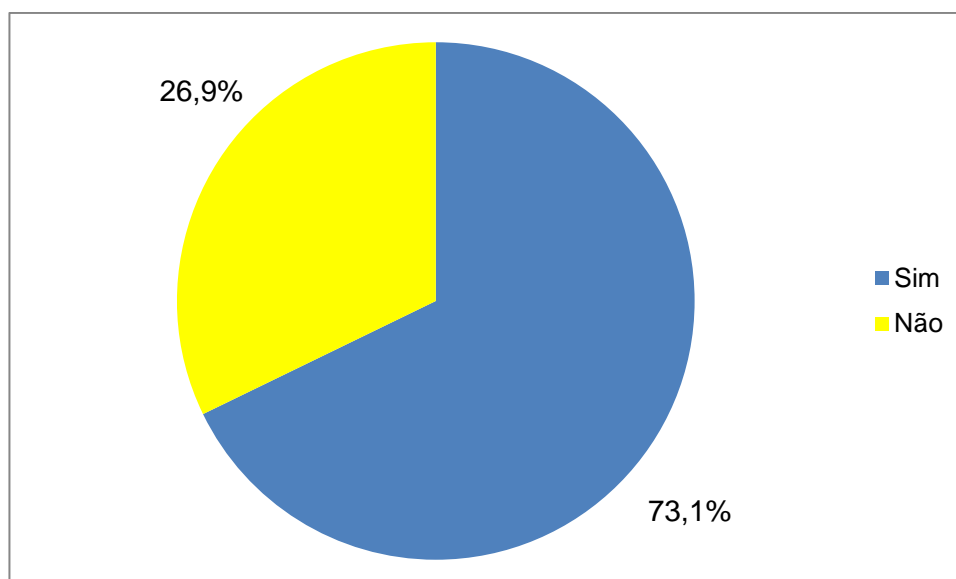
TABELA 8 – Áreas empreendidas citadas pelos egressos

ÁREA EM QUE EMPREENDE	NÚMERO DE CITAÇÕES
Alimentos e Bebidas/Gastronomia	8
Agenciamento/Operadoras de Turismo	6
Eventos	6
Hotelaria	4
Docência/Educação	3
Saúde/Treinamento Físico	3
Lazer e Entretenimento	2
Transporte	2
Artesanato e Organização de Ambientes	1
Aviação Civil	1
Construção Civil	1
Direito	1
Empório de Produtos Naturais	1
Geografia do Turismo	1
Locação de Veículos	1
Medicamentos	1
Mercado Financeiro	1
Metalúrgica	1
Políticas Públicas	1
Projetos	1
Receptivo Turístico	1
Uniforme Industrial	1
Varejo de Produtos Médicos	1
Comércio	1

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Outra questão importante para entender o processo empreendedor, foi saber se os empreendedores realizaram durante sua graduação cursos que os auxiliaram enquanto empreendedores. O gráfico 9 apresenta os resultados:

GRÁFICO 9 – Realizou Cursos Além da Graduação que Auxiliaram em Empreender



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

A maioria, 73,1% (38 pessoas) responderam positivamente à questão, enquanto 26,9% (14) não realizaram nenhum curso que os auxiliaram em empreender. Os cursos mencionados são apresentados na tabela a seguir.

TABELA 9 – Cursos realizados que auxiliaram em empreender

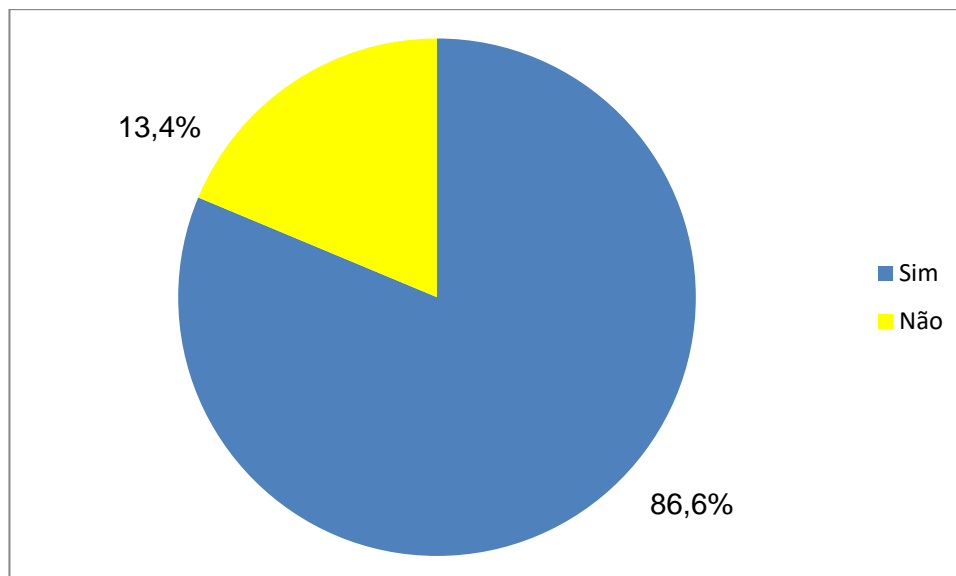
CURSOS REALIZADOS	NÚMERO DE EGRESSOS
Línguas	34
Complementação em alguma área relacionada à graduação (ex.: recepção hoteleira, organização de eventos, guia de turismo, etc.)	26
Capacitação em alguma área de interesse não relacionada à graduação	17
Outros	2

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Nota-se a preocupação que estes bacharéis tiveram durante sua formação em não apenas buscar a graduação, mas também de se especializar ou se aprofundar em algum assunto específico de interesse. Esse fato pode ser considerado uma característica de empreendedores. Dornelas (2012) comenta que o empreendedor busca se manter atualizado, se especializando ou inovando, como é o caso destes egressos que buscaram diversos cursos.

Ainda relacionado às características do empreendedor, buscou-se saber se a prática também auxiliou os egressos ao empreender, pois como relata Chiavenato (2006) a prática é fundamental para constituir um empreendedor. Dos 52 respondentes que se consideram ou já foram empreendedores, 86,6% (45 pessoas) mencionam que realizaram estágios durante a graduação que foram importantes para sua vida empreendedora. Apenas 7 consideraram negativamente a questão, totalizando apenas 13,4% dos empreendedores. O gráfico 10 ilustra os resultados:

GRÁFICO 10 – Estágios Realizados durante a Graduação que Auxiliaram ao Empreender



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

A Tabela 10 apresenta as áreas em que os bacharéis estagiaram:

TABELA 10 – Área em que os egressos realizaram estágios

ÁREA	NUMERO DE CITAÇÕES
Eventos	34
Agenciamento	21
Planejamento	20
Meios de Hospedagem	18
Lazer e Entretenimento	15
Áreas Naturais	10
ONGs/Projetos Independentes	8
Alimentos e Bebidas	7
Transporte	4
Consultoria	3
Tecnologia da Informação/Comunicação	1
Outra	7

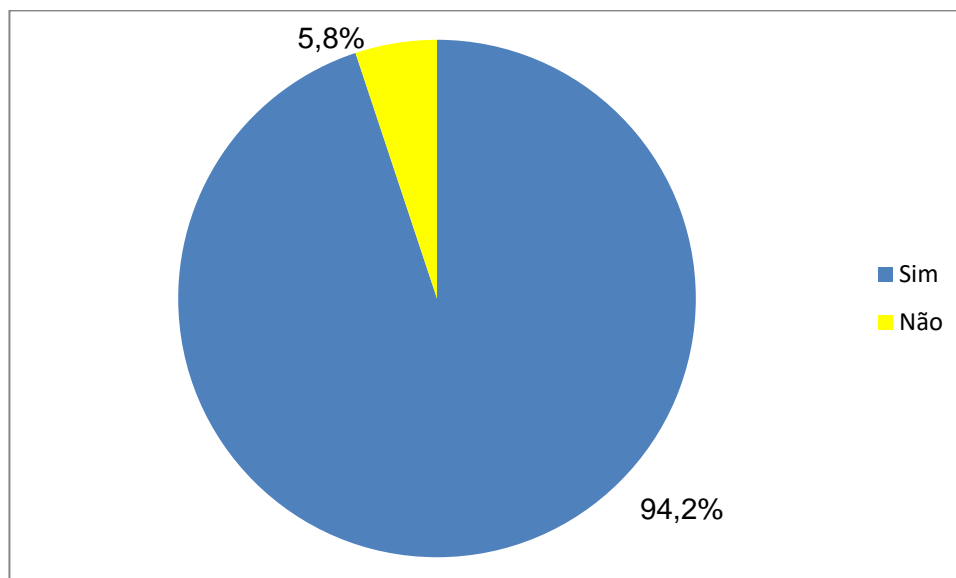
Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Os respondentes podiam marcar mais de uma área e ainda indicar se havia mais alguma em que estagiaram. Outros estágios realizados foram: “Hospitalidade e Bem Receber, Treinamento Profissional”; “Turismo Rural e Governança Regional”; “Educação”; “Prefeitura (percepção entre o público e o privado)”; “Cultura” e “Escritório de Relações Internacionais”.

A última etapa para entender o processo empreendedor, era averiguar os desafios enfrentados pelos empreendedores. A maioria 94,2% (49 egressos)

responderam que enfrentam desafios como empreendedores, enquanto apenas 3 pessoas (5,8%) afirmam que nunca tiveram desafios. Os percentuais estão representados no gráfico 11.

GRÁFICO 11 – Percentual de Empreendedores que Enfrentam Desafios



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Os desafios mais citados foram resumidamente agregados e estão representados na tabela a seguir:

TABELA 11 – Desafios enfrentados

DESAFIOS ENFRENTADOS	NÚMERO DE CITAÇÕES
Financeiros/Burocracia (taxas, impostos, etc)	30
Falta de experiência	23
Falta de habilidade	11
Hierarquia na empresa em que trabalha	10
Boicote no trabalho (colegas dificultam a possibilidade de empreender)	5
Sazonalidade	5
Problemas com chefia	4
Se inovar sempre/diferenciação	4
Situação político econômica do país	2
Trabalhar em família	1

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

O número de egressos que enfrentam os mais diversos desafios como empreendedores é elevado. As principais questões que emergiram com relação à

essa questão foram os fatores burocráticos e financeiros, seguido de questões relacionadas à experiência e habilidade. Esse resultado pode indicar a necessidade de cursos de extensão ou matérias específicas no curso de bacharelado em questão.

Onde em alguns casos percebe-se o processo empreendedor que Chell (2011), Mamede e Moreira (2004) e Teixeira (2011) destacam a construção do conhecimento por meio de cursos, do estudo em si, das competências, através da prática/experiências em estágios ou trabalhos, as habilidades desenvolvidas em diferentes área do conhecimento, os fenômenos circunstanciais, os quais podem determinar o empreender e os planos e objetivos para chegar ao empreendedorismo.

Como exemplo, um egresso se formou no ano de 2011, realizou cursos em agenciamento e sobre o sistema Amadeus, fez estágios em Planejamento, Eventos e Agenciamento e atualmente atua como empreendedor de sua Agência de Viagens. As motivações marcadas por este egresso foram: experiência na área, percepção de oportunidade no mercado, formação na área, realização pessoal, desejo de enfrentar desafios, disciplina de empreendedorismo durante a graduação, trabalhos de outras disciplinas na graduação, necessidade de poder, liberdade pessoal e independência financeira.

Outro caso é de um intraempreendedor de sucesso formado em 2001, atualmente gerente de uma grande rede hoteleira, em seu questionário relatou realizar inúmeros cursos durante a graduação, de idiomas, gestão empresarial e de pessoas, qualificação em recepção hoteleira, além de um curso de Recursos Humanos e após a graduação concluiu o mestrado.

Sua experiência durante os estágios na graduação se realizou em varias áreas e mesmo após o mestrado e dar aulas, preferiu assumir carreira na hotelaria. Das motivações marcadas pelo bacharel estão: segurança profissional/financeira, realização pessoal, bem estar comunitário/fazer algo melhor ao mundo, criar algo novo e/ou inovador, experiência na área em que atua, formação na área e auto realização dentro da empresa em que trabalha.

Nota-se em ambos casos, mesmo com diferença de 10 anos de formação, o processo empreendedor está disponível em ambos. Nos dois casos os egressos buscaram se manter informados sobre a área em que desejavam trabalhar, realizaram estágios na área de interesse e em outras áreas afins adquirindo

experiências e até mesmo realizando pós graduação.

E as motivações, embora um pouco diferentes, entende-se que o primeiro caso é de um empreendedor/empresário, enquanto o segundo é de um intraempreendedor que deseja manter-se em seu trabalho e sentir realizado.

A pesquisa se encerrava com uma seção aberta destinada à interessados em relatar sua história como empreendedor, 4 pessoas contaram suas histórias, as quais estão apresentadas no quadro 5 conforme relatadas pelos respondentes.

QUADRO 5 – Relatos de Empreendedores

EMPREENDEDOR	RELATO
1	Devido a alta carga tributária repassei a franquia que tinha e hoje sou funcionário de uma grande empresa da indústria de medicamentos. É impossível ter sucesso honesto no Brasil com a alta carga tributária que explora o empreendedor
2	No momento tento agir de maneira empreendedora dentro da empresa e na escola em que trabalho para que as pessoas comecem também a perceber que criando novas ideias e ações, possamos empreender sempre que possível evitando assim muitos problemas e garantindo a satisfação do cliente
3	Eu iniciei minha carreira trabalhando como agente de viagens. Fiquei nesse cargo por dois anos, depois fui promovida a líder e novamente promovida a supervisora. Nesta empresa trabalhei por 4 anos até que a mesma foi fechada. Após isso, resolvi abrir a minha empresa em parceria com uma sócia, que era minha chefe na antiga empresa. Nossa empresa tem atualmente dois meses e apesar do pouco tempo tem se mostrado muito viável
4	Gosto de desafios e inovar pra surpreender as pessoas que estão envolvidas no trabalho

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Ao verificar o relato dos empreendedores, é possível verificar que o empreendedor 1 está associado à um dos respondentes que não possui mais empreendimento próprio, perceptível que enfrentou dificuldades em manter sua empresa, sendo os desafios enfrentados por ele os de origem financeira/burocrática. Entende-se também por meio dos relatos dos empreendedores 2 e 4 que eles atuam como intraempreendedores dentro da organização a qual fazem parte. Enquanto o empreendedor 3, mantém um empreendimento próprio em sociedade com outra pessoa, ambos ganharam experiência anteriormente em outra organização, para então abrir a própria empresa.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

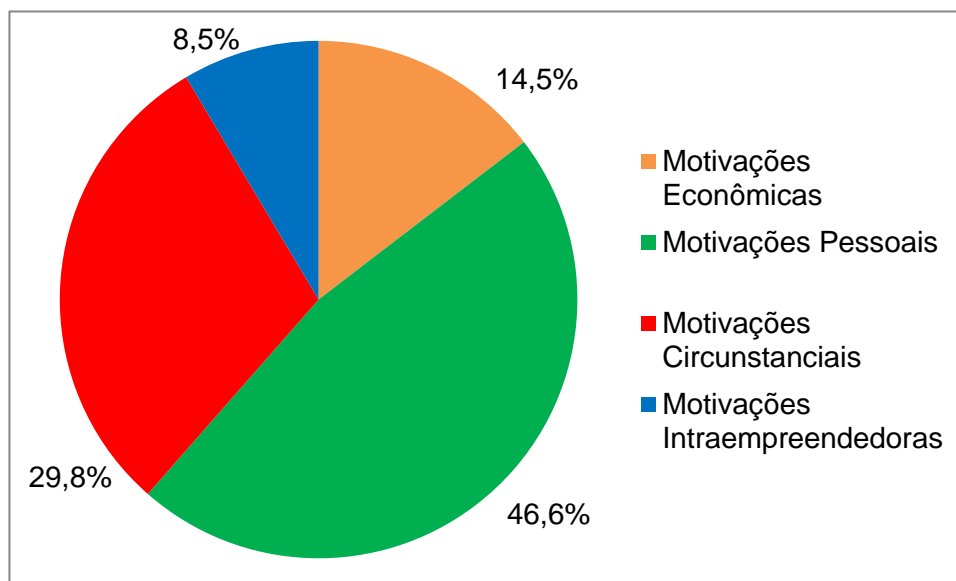
A presente pesquisa obteve retorno de 32,1% (99 egressos) dos 308 bacharéis formados no curso de bacharelado em turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ao término deste trabalho, considera-se que o número de egressos que se consideram empreendedores ou que já empreenderam (dentro ou fora de empresas) é relativamente alto 52,5% dos respondentes. A análise dos resultados ressaltou que os empreendedores estiveram preocupados desde a graduação em se manterem atualizados, fazendo cursos diversos e buscando estágios em diferentes áreas.

Por meio deste estudo foi possível compreender as principais motivações que levam egressos a empreender, respondendo a pergunta problema deste trabalho “Quais as motivações para o bacharel em Turismo empreender?”. No caso dos sujeitos em questão, percebeu-se que se motivaram principalmente pelas razões de origem econômica, sendo a independência financeira a principal motivação. Em seguida vieram as motivações pessoais, as circunstâncias e as intraempreendedoras. Esse último grupo, mencionadas principalmente por empreendedores corporativos.

O Gráfico 12 a seguir, apresenta resumidamente os percentuais das motivações. Assim, é possível verificar o objetivo geral deste trabalho, em analisar as motivações que levaram os egressos em constituir empreendimentos próprios ou empreender corporativamente. Ao todo as 27 motivações foram citadas 633 vezes e se distribuem em percentuais da seguinte maneira:

GRÁFICO 12 – Percentual das Motivações



Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Considera-se o grupo com mais motivações de origem pessoais (11 motivações diferentes), seguida das circunstanciais (9), intraempreendedoras (4) e econômicas (3), assim configurando a maior porcentagem para as motivações pessoais, porém, isoladamente a motivação mais citada pelos egressos foi de origem econômica. Se faz necessário considerar o fato das motivações desta origem serem apenas 3.

Ao final deste trabalho também foi possível verificar o alcance dos objetivos específicos em apresentar os principais conceitos aqui trabalhados, bem como apresentar o processo empreendedor e analisar o perfil dos respondentes da pesquisa.

Em prol de incentivar os egressos a responderem à pesquisa, foi sorteado um livro para os participantes. Esse incentivo pode ter sido determinante para o retorno recebido. Entretanto pode-se colocar como limitação de pesquisa o fato de ser uma amostra voluntária (auto selecionada).

Outra limitação deste trabalho foi o meio de envio das pesquisas no modo direto da plataforma *Facebook*, via chat de conversas, onde alguns dias após o término da pesquisa, muitos egressos acabaram por aceitar a solicitação de conversa, porém, já havia sido encerrada.

Como estudos futuros pode-se realizar uma análise comparativa das

motivações empreendedoras com pesquisas com os egressos dos diversos cursos de turismo do país ou ainda analisar efetivamente os que empreendem na área. Considera-se também a realização de estudos na área do empreendedorismo com uma maior abrangência, focando não apenas em empreendedores que realizaram o curso de Turismo, mas formados também em diferentes cursos.

5 REFERÊNCIAS

ANDRADE, Rui Otávio B. de; NETO, Luís Moretto. A gestão privada do turismo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *et al* (Org.) **Turismo: Como aprender, como ensinar**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2003. p. 135-150

ATELJEVIC, Jovo; LI, Lan. Empreendedorismo Turístico - conceitos e ideias. In: ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. (Coleção Eduardo Sanovicz de Turismo).

BAUGHN, Christopher; NEUPERT, Kent. Culture and national conditions facilitating entrepreneurial start-ups. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 1, n., 2003, p. 313-330. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1024166923988>> Acesso em: 20 de ago. de 2017.

BIRLEY, Sue. e WESTHEAD, Paul. A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size. **Journal of Business Venturing**, v. 9, n., 1994, p. 7-31. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/4968297_A_Taxonomy_of_Business_Start-up_Reasons_and_Their_Impact_on_Firm_Growth_and_Size> Acesso em: 22 de ago. 2017.

CARRÃO, Ana Maria Romano; JOHNSON, Grace Florence; MONTEBELO, Maria Imaculada de Lima. Influência do Grau de Escolaridade do Pequeno Empresário sobre sua Percepção de Negócio, **Revista Eletrônica de Administração**, v. 56, n. 13, 2007. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/39953>> Acesso em: 18 de ago. 2017.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. 162 p.

CHELL, Elizabeth. Introdução e visão geral sobre o empreendedor e o processo de empreendedorismo. In: ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p. 17-37.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: Empreendedorismo e viabilização de novas empresas. Um guia compreensivo para iniciar e tocar seu próprio negócio. São Paulo: Saraiva, 2006.

COSTA, Helena Araújo; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER NO TURISMO: UM ESTUDO SOBRE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA COSTA NORTE (CE, MA, PI). **Turismo Visão e Ação**, Itajaí, v. 12, n. 3, p.314-330, dez. 2010. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1870/1785>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo**: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

EXPERIAN, Serasa. **Nascimento de Empresas**: Com crise e desemprego, abertura de empresas cresce 5,3% em 2015, revela Serasa Experian. 2016. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/blog/2017/01/10/de-janeiro-a-outubro-mais-de-17-milhao-de-empresas-foram-criadas-no-pais-aponta-serasa-experian/>> Acesso em: 08 set. 2017.

FERREIRA, Ana Maria; SILVEIRA, Amelia; CARVALHO, Luciano Castro de. Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Turismo no Estado de Santa Catarina, Brasil. **Turismo Visão e Ação: Eletrônica**, Blumenau, v. 13, n. 1, p.35-51, jan. 2011. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/2315/1862>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

FRANCHETTI, Julie; PAGE, Stephen. Empreendedorismo e inovação em Turismo: experiências do setor público e privado. In: ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2016. 184 p.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2013.

HENRIQUE, Daniel Christian, CUNHA, Sieglinde. Kindl de. Motivações para o empreendedorismo independente e corporativo. **V Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**. Curitiba, 2007 Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/197_trabalho.pdf> Acesso em: 27 ago. 2017.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J.c. de Almeida. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. 2. ed. Florianópolis: IEA - Instituto de Estudos Avançados, 2005. Disponível em: <<http://www.iea.com.br/wp-content/uploads/2012/05/Viagem-ao-Mundo-do-Empreendedorismo.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2017.

MAMEDE, Maria Isabel de Barros; MOREIRA, Márcia. Zabdiele. Perfil de Competências Empreendedoras dos Investidores Portugueses e Brasileiros: um

estudo comparativo na rede hoteleira do Ceará. In: **Encontro de Estudos em Estratégia**, Curitiba: ANPAD, 2005. Disponível em:
<<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/3es2005-412.pdf>> Acesso em: 20 de ago. de 2017.

MARTINS, Diego. **O processo do empreendedorismo corporativo na volvo do Brasil. Balneário Camboriú**: UNIVALI, 2010. Disponível em:
<<http://siaibib01.univali.br/pdf/Diego%20Martins.pdf>> Acesso em: 20 ago. 2017.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Diretrizes curriculares MEC para os cursos de graduação**. Disponível em:
<<http://www.mec.gov.br/Sesu/cursosdegraduacao>> Acesso em: 18 ago. 2017

MITCHELL, Ronald, SMITH, James Brock, MORSE, E.A., SEAWRIGHT, Kristie, PAREDO, A.M., MCKENZIE, B. Are entrepreneurial cognitions universal? Assessing entrepreneurial cognitions across cultures. *Entrepreneurship Theory & Practice*, v. 26, n. 4, p. 9-32, 2002. In ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011

MONITOR, Global Entrepreneurship. **Empreendedorismo no Brasil – 2016**. Sebrae, 2016. Disponível em:
<<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>> Acesso em: 20 ago. 2017.

MORELAND, Neil. **Entrepreneurship and higher education**. York: ESECT and HEA, 2004. (an employability perspective).

PEETERS, Linda W. J.; ATELJEVIC, Irena. Aligação do empoderamento do empreendedorismo feminino: processos de inovação social. In: ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

RUSCHMANN, Doris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (Org.). **Turismo: uma visão empresarial**. Barueri: Manole, 2004.

SACRAMENTO, Patrícia Melo; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Implementação de ações inovadoras e empreendedorismo: estudo de múltiplos casos em empresas hoteleiras de pequeno porte. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p.183-203, ago. 2014. Disponível em:
<<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/viewFile/874/398>>. Acesso em: 05 set. 2017

SANTOS, Adelcio Machado, ACOSTA, Alexandre. **Empreendedorismo: Teoria e Prática**, Santa Catarina: UNIARP, 2011.

SCHUMPETER, Joseph. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Harvard University Press, 1949.

SNELL, Robin.; LAU, Agnes. Exploring local competences salient for expanding small business. **Journal of Management Development**, v. 13, n.4, 1994. Disponível

em: <http://202.116.197.15/cadalcanton/Fulltext/20942_2014318_111729.pdf>
Acesso em: 03 de set. de 2017.

TEIXEIRA, Rivanda Meira. Competências e Aprendizagem de Empreendedores/Gestores de Pequenas Empresas no Setor Hoteleiro. **Turismo em Análise**, v. 22, n. 1, p.195-219, abr. 2011. Disponível em: <<https://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/viewArticle/186>>. Acesso em: 05 set. 2017.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi et al (Org.). **Turismo: Como aprender, como ensinar**. v.1. 3. ed. São Paulo: Senac, 2003.

TURISMO, Ministério do. **Empreendimentos cadastrados no ano de 2016**. Cadastur: Ministério do Turismo, 2016. Disponível em: <<http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index>> Acesso em: 18 ago. 2017.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos, CORRÊA, Victor Silva, REIS Renato Francisco dos. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?** Rio de Janeiro: ANPAD, 2014. Disponível em: <http://www1.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20150126104858.pdf> Acesso em: 27 ago. 2017.

WALMSLEY, Andreas; THOMAS, Rhodri. Compreendendo e influenciando as intenções empreendedoras de estudantes de Turismo. In: ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

6 APÊNDICES

6.1 APÊNDICE A:

PERGUNTAS

RESPOSTAS

99

Motivações para empreender

Este formulário pertence ao Trabalho de Conclusão de Curso em desenvolvimento pela aluna Larissa Haberland intitulado: "As Motivações Empreendedoras no Turismo: Estudo de Caso com Egressos do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa", sob orientação da Profª Dra. Mirna Medeiros. Ao responder corretamente o questionário, estará concorrendo à um livro que será sorteado ao término da aplicação da pesquisa.

1- Ano de conclusão do curso

*

Texto de resposta curta

2- Faixa Etária

 22 à 31 32 à 41 42 à 51 52 à 61 Acima de 61

3- Sexo

 Feminino Masculino

4- Renda

Salário mínimo vigente no ano de 2017: R\$937,00

 Até 1 salário mínimo

- De 1 à 2 salários mínimos
- De 2 à 4 salários mínimos
- De 4 à 6 salários mínimos
- De 6 à 8 salários mínimos
- De 8 à 10 salários mínimos
- Acima de 10 salários mínimos

5- Após a graduação em Turismo, realizou outro curso de graduação? *

- Sim
- Não

Se sim, qual(ais) curso(s)?

Texto de resposta curta

6- Após o termino do curso de Turismo, realizou alguma pós graduação? *

- Sim
- Não

Se sim, especifique:

- Especialização
- MBA
- Mestrado Acadêmico
- Mestrado Profissional

Doutorado

Curso Técnico

7- Durante sua formação realizou cursos, além da graduação? *

Sim

Não

Se sim, qual(ais) cursos?

Texto de resposta longa

8- Setor que está inserido *

Funcionário Público

Funcionário no Setor privado

Empreendedor/Empresário

Empreendedor em seu trabalho

Autônomo

Outro

Se outro, qual setor?

Texto de resposta curta

9- Área que está inserido *

Meios de Hospedagem

Transporte

- Agenciamento
 - Alimentos e Bebidas
 - Áreas Naturais
 - Eventos
 - Planejamento
 - Docência/Pesquisa
 - Lazer e Entretenimento
 - Consultoria
 - Educação/Treinamento
 - Tecnologia da Informação/Comunicação
 - ONGs/Projetos Independentes
-
- Outro

Se outro, qual(ais)?

Texto de resposta curta

10- Você se considera empreendedor? *

- Não atualmente, mas já tive empreendimento próprio
- Não, nunca empreendi
- Sim, empreendo no local em que trabalho (intraempreendedorismo)
- Sim, possuo empreendimento próprio

Se você se considera empreendedor, ou já empreendeu (como empresário ou corporativamente em seu trabalho), continue a responder as questões à seguir. Qual(ais) as motivações o levaram à empreender? Você deve marcar no máximo 5 alternativas, ranqueando-as do 1 ao 5, sendo 1 a motivação mais importante e 5 a menos importante.

	1	2	3	4	5
Independência financeira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividade mais lucrativa do local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança profissional/financeira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realização pessoal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estilo de vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liberdade pessoal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar algo novo e/ou inovador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sobrevivência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mudança de vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desejo de enfrentar desafios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Necessidade de poder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formação na área que atua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Percepção de oportunidade no mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instabilidade em trabalhos anteriores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desemprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experiência na área	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Herança/Insumo herdado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Necessidade de status	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bem estar comunitário/fazer algo melhor ao mundo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instabilidade na carreira/empregos anteriores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frustração em empregos anteriores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Situação política	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disciplina de gestão empreendedora na graduação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalhos de outras disciplinas durante a graduação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crescimento na carreira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser promovido no emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auto-realização dentro da empresa em que trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auxiliar na melhoria da empresa a qual faço parte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

No caso de haver outras motivações, qual(ais) são?

Texto de resposta longa

11- A área em que empreende está inserida no Turismo? *

- Sim
- Não
- Não se aplica

Em que área especificamente?

Texto de resposta curta

12- Durante sua formação realizou cursos (além da graduação) que te auxiliaram em empreender?

- Sim
- Não
- Não se aplica

Se sim, qual(ais) cursos?

- Línguas
- Complementação em alguma área relacionada à graduação (ex.: recepção hoteleira, organização de eventos, guia de
- Capacitação em alguma área de interesse não relacionada à graduação
- Outros

Qual(ais)?

Texto de resposta longa

13- Realizou durante sua formação estágios (voluntários ou não) que você pode aproveitar como empreendedor?

- Sim
- Não
- Não se aplica

Se sim, em que área foi o(s) estágio(s)?

- Meios de Hospedagem
- Transporte

-
- Agenciamento
 - Alimentos e Bebidas
 - Áreas Naturais
 - Eventos
 - Planejamento
 - Lazer e Entretenimento
 - Tecnologia da Informação/Comunicação
 - Consultoria
 - ONGs/Projetos Independentes
 - Outro

Se outro, qual(ais)?

Texto de resposta curta

14- Você enfrentou ou enfrenta desafios como empreendedor?

- Sim
- Não
- Não se aplica

Se sim, quais foram os desafios?

- Financeiros
- Falta de habilidade
- Falta de experiência

- Hierarquia na empresa em que trabalho
- Boicote no trabalho (colegas dificultam a possibilidade de empreender)
- Problemas com chefia
- Outros

Qual(ais) outro(s)?

Texto de resposta curta

Se tiver interesse em relatar sua história como empreendedor, tanto como empresário ou empreendedor corporativo (aquele que atua empreendendo dentro de uma empresa já consolidada) este espaço está destinado para você:

Texto de resposta longa

Caso você possua interesse em estar participando do sorteio de um livro e receber os resultados da presente pesquisa após a sua conclusão, deixe o seu e-mail e/ou seu telefone que entraremos em contato:

Texto de resposta curta

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

LARISSA SOCZEK HABERLAND

MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS NO TURISMO: ESTUDO COM EGRESSOS
DO CURSO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

PONTA GROSSA

2017