



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**RAQUEL DA SILVA ARRUDA**

**A VISÃO DA IMPORTANCIA DO EMPREENDEDORISMO**  
**UNIVERSITÁRIO E O CENTRO DE EMPREENDEDORISMO DA**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ COMO INFLUÊNCIA AO**  
**EMPREENDEDORISMO**

**FORTALEZA**

**2023**

RAQUEL DA SILVA ARRUDA

**A VISÃO DA IMPORTANCIA DO EMPREENDEDORISMO  
UNIVERSITÁRIO E O CENTRO DE EMPREENDEDORISMO DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ COMO INFLUÊNCIA AO  
EMPREENDEDORISMO**

Monografia apresentada ao curso de  
Administração da Universidade Federal  
do Ceará, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em  
Administração.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos  
Lázaro da Silva Filho

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

A819v Arruda, Raquel.

A VISÃO DA IMPORTANCIA DO EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO E O CENTRO DE  
EMPREENDEDORISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ COMO INFLUÊNCIA AO  
EMPREENDEDORISMO / Raquel Arruda. – 2023.

56 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, , Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva Filho.

1. Empreendedorismo universitário. I. Título.

CDD

---

RAQUEL DA SILVA ARRUDA

**A VISÃO DA IMPORTANCIA DO EMPREENDEDORISMO  
UNIVERSITÁRIO E O CENTRO DE EMPREENDEDORISMO DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ COMO INFLUÊNCIA AO  
EMPREENDEDORISMO**

Monografia apresentada ao curso de  
Administração da Universidade Federal  
do Ceará, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em  
Administração.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos  
Lázaro da Silva Filho

Aprovado em: 04/07/2023

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. José Carlos Lázaro (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dra. Elidihara Trigueiro Guimarães  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dra. Marcia Zabdiele Moreira  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Ao Centro de Empreendedorismo da Universidade Federal do Ceará.

## AGRADECIMENTOS

Sempre fui uma apaixonada pelo empreendedorismo, e pouco tempo depois de entrar na universidade, ao conversar com um professor, este me aconselhou a deixar isso de lado, pois não fazia sentido para mim, e eu acreditei nisso por um tempo, a ponto de deixar essa paixão realmente de lado. Mas um certo dia, um outro professor foi por um caminho diferente, e em uma de suas aulas começou a falar de empreendedorismo com brilho nos olhos, aquilo de alguma forma me tocou, e é por isso que eu gostaria de começar os agradecimentos deste trabalho ao meu querido professor e orientador, Carlos Lázaro, que embora sem perceber, naquele dia em uma de suas aulas foi o responsável por me incentivar a voltar a paixão pelo empreendedorismo, bem como fazer parte do Centro de Empreendedorismo da UFC, experiência essa que impactou fortemente não apenas em minha vida acadêmica e profissional, ao fazer parte do CEMP pude me desenvolver como aluna, profissional e ser humano.

Agradeço também aos amigos e colegas que fiz no CEMP, pessoas fundamentais para meu crescimento e que tornaram meus dias mais fáceis e prazerosos. Agradeço ainda ao professor Abraão Saraiva Jr., que em sua sensibilidade e amor pela jornada empreendedora criou o Projeto CEMP em 2014, Projeto este que impactou e mudou a vida de mais de quatro mil jovens durante esses anos e que com certeza continuará a impactar muitos outros.

Por fim, gostaria de dedicar este trabalho ao Centro de Empreendedorismo da UFC, projeto responsável por acolher, capacitar, transformar e impactar assim como a minha, a vida de muitos outros jovens universitários, sejam aqueles que já entram empreendedores ou aqueles que se apaixonam pelo empreendedorismo durante a jornada.

Obrigada a todos por me manterem cada vez mais firme e apaixonada pela jornada empreendedora!

## RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo analisar a visão empreendedora dos alunos da Universidade Federal do Ceará do Campus de Fortaleza e o programa de extensão da UFC, o Centro de Empreendedorismo-CEMP. Para isso foi realizado um estudo às ações da Universidade na visão dos alunos e as ações do CEMP, identificando a atuação da Universidade e do Programa no auxílio, incentivo e formação de alunos empreendedores. Para que o objetivo fosse alcançado, desenvolveu-se um estudo de natureza qualitativa, classificada quanto aos fins, sendo descritiva e quanto aos meios sendo bibliográfica e pesquisa a campo. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas realizadas de forma virtual pela plataforma Google Meet, através de uma amostra por conveniência. Os resultados evidenciados mostram que os estudantes da Universidade Federal do Ceará percebem valor em programas e ações voltadas ao incentivo e apoio do empreendedorismo universitário, bem como possuem conhecimento sobre o Programa CEMP. Contudo, ainda é percebido por esses uma insuficiência no que diz respeito a mais ações e apoio da própria universidade, conforme apresentado abaixo neste trabalho.

Palavras chaves: Empreendedorismo, universidade, incentivo ao empreendedorismo, universidade empreendedora.

## **Abstract**

The present work aimed to analyze the entrepreneurial vision of the students of the Federal University of Ceará of the Campus of Fortaleza and the extension program of the UFC, the entrepreneurship center-CEMP. For this, an analysis was carried out of the actions of the University in the eyes of the students and the actions of the UFC Entrepreneurship Center - CEMP, identifying the role of the University and the Program in helping, encouraging and training entrepreneurial students. In order to achieve the objective, a qualitative study was developed, classified as to the purposes, being descriptive and as to the means, being bibliographic and field research. Data collection was carried out through semi-structured interviews carried out virtually by the Google Meet platform, through a convenience sample. The evidenced results show that students at the Federal University of Ceará perceive value in value in programs and actions aimed at encouraging and supporting university entrepreneurship, as well as having knowledge about the CEMP Program. However, they still perceive an insufficiency with regard to more actions and support from the university itself, as presented below in this work.

**Keywords:** Entrepreneurship, university, incentive to entrepreneurship, entrepreneurial university.



## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	1
Resumo metodológico .....	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO .....	5
2.1. INOVAÇÃO .....	5
2.2. EMPREENDEDORISMO .....	6
2.3. A UNIVERSIDADE EMPREENDEDORA .....	9
2.4. INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO .....	11
2.5. IMPACTOS DO EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE.....	12
3. METODOLOGIA .....	15
3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	15
3.2. UNIDADE DE ANÁLISE E SUJEITO DA PESQUISA .....	16
3.3. TÉCNICA DA COLETA DE DADOS.....	16
3.4. ANÁLISE DOS DADOS.....	17
3.5. LIMITAÇÕES.....	19
4. DESCRIÇÃO DO CASO E RESULTADOS .....	20
4.1. DESCRIÇÃO DO CASO .....	20
4.1.1. Empreendedorismo e Inovação no CEMP.....	26
5. RESULTADOS .....	28
5.1. Perfil dos respondentes .....	28
5.2. Sobre o empreendedorismo na Universidade .....	30
6. CONCLUSÃO .....	39
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	40

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Organograma do CEMP.....	23
Figura 2 - Portfólio de Projetos CEMP.....	26
Figura 3 - Interesse empreendedor.....	28
Figura 4 - Cursos dos estudantes respondentes da pesquisa.....	29
Figura 5 - Nuvem de palavras sobre limitações ao empreendimento.....	29
Figura 6 - Existência de ações empreendedoras na família.....	30
Figura 7 - A visão da Universidade como suporte aos estudantes empreendedores.....	31
Figura 8 - Conhecimento dos estudantes sobre ação empreendedora na Universidade.....	31
Figura 9 - Nuvem de palavras sobre a importância de iniciativas empreendedoras Na Universidade.....	32
Figura 10 - Nuvem de palavras sobre a importância de ações empreendedoras para a Universidade.....	32
Figura 11 - Nuvem de palavras sobre a importância de ações empreendedoras universitárias para a sociedade.....	33
Figura 12 - Grau de importância do empreendedorismo na visão dos estudantes.....	34
Figura 13 - Nuvem de palavras sobre a importância do CEMP no desenvolvimento pessoal do aluno.....	35
Figura 14 - Nuvem de palavras sobre a importância do CEMP no desenvolvimento profissional do aluno.....	35
Figura 15 - Nuvem de palavras sobre a importância do CEMP nos conhecimentos e ações relacionada ao empreendedorismo.....	36
Figura 16 - Nuvem de palavras: palavras mais citadas nos relatos dos alunos Respondentes.....	37

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Roteiro 1 - Perguntas Realizadas na Entrevista.....	18
Quadro 2 - Roteiro 2 - Perguntas Realizadas na Entrevista.....	19

## 1. INTRODUÇÃO

O cenário empresarial tem passado por uma veloz mudança não só no país mas também no mundo. Esse fato talvez tenha sido cabido com força nos últimos três anos, no início da pandemia de Covid-19, onde foi necessário que muitos empreendedores desenvolvessem conhecimentos e formas de sobreviver em um ambiente de incertezas e contingências. Essas mudanças nos conscientizam de que, nesse sentido, saber quais mudanças ou movimentos vão ter uma influência decisiva torna-se um mistério, e que a necessidade de ter cada vez mais conhecimento sobre o ecossistema inovador e empreendedor é cada vez mais decisiva para a sobrevivência não só da empresa, mas também a economia de um país (SCHINEAIDER, 2014).

Considerando esses eventos e condições, há uma forte necessidade de discutir esse problema do lado do ensino para que a sociedade possa estar mais bem preparada. No Brasil, ainda é considerado um grande tabu discutir a questão do empreendedorismo nas instituições de ensino, principalmente porque em nosso país já se trata desse tema há alguns anos, e podemos dizer que ainda estamos dando os "primeiros passos". Há mais de 20 anos Dolabela (1999) já argumentava que o empreendedorismo ainda estava longe de alcançar uma base científica, mas que o empreendedorismo alcançou o rigor científico apenas nos últimos 20 anos, sendo, portanto, objeto de ampla gama de disciplinas, tendo sido objeto de pesquisa e discussão pela câmara espera-se, assim, que o empreendedorismo adquira um aspecto tão importante quanto a revolução industrial do século XX.

Com a percepção da importância do empreendedorismo nas universidades, deve-se buscar ir além da oferta de educação de qualidade por meio de pesquisa, ensino e extensão, deve-se também buscar desenvolver atitudes empreendedoras e inovadoras em toda a comunidade estudantil., segundo Bussler e colegas (2017), a gestão do conhecimento para estabelecer estratégias de ensino do empreendedorismo prevê o fortalecimento da universidade como principal ponto de desenvolvimento da sociedade local e das pessoas ali presentes. Essa transformação já vem sendo estudada e descobertas relacionadas ao empreendedorismo já estão se tornando ações que estão influenciando e impactando diretamente a vida dos discentes.

O apoio ao empreendedorismo, não somente âmbito das universidades como na sociedade no geral, principalmente ao que diz respeito ao apoio aos pequenos e médios empreendedores se configura de extrema importância para a sociedade e sua economia. Para Roldão (2018), o empreendedorismo é um dos elementos encontrados na literatura como fator motivador do crescimento econômico pois proporciona a inovação, estimula a concorrência, acarreta o incremento da produção e do nível de empregos, fatores importantes para o aquecimento da economia de uma sociedade. Segundo dados do SEBRAE (2020) durante o ano de 2014/2015 o país demonstrou um aumento na taxa de desenvolvimento de novos empreendimentos, o qual saltou de 23% para 34,5%. Hoje, a cada três pessoas economicamente ativa, uma dessas possui o seu próprio negócio. Esta relação entre empreendedorismo e economia já vem sendo estudada há tempos. Schumpeter (1997) já apresentava na década de 1930 o empreendedorismo como vetor principal do desenvolvimento econômico e Dornelas (2001) explicava que esta contribuição do empreendedor à economia provém do fato de este contribuir diretamente na geração de riquezas. Soma-se a esses os estudos de Audretsch et al. (2005), apontando que em países onde foram observados aumento das atividades empreendedoras foi também verificado crescimento nos índices de empregos, o que evidencia o argumento (FROTA, BEZERRA, MARTINS, 2022)

Diante desse contexto, onde a sociedade necessita de pessoas com mais conhecimentos e cada vez mais qualificados ao ambiente empreendedor, podemos notar a importância do entendimento da forma que as Universidades estão lidando com o tema, como o ensino e incentivo ao empreendedorismo estão ocorrendo, quais impactos esse ensino causa nas demais instituições de ensino e sociedade, e o que está sendo feito para disseminar esta semente e permitir que outras instituições afora sejam influenciadas pelas ações empreendedoras.

Para isso, este trabalho apresenta como problema de pesquisa: Como os participantes do Programa Universitário de incentivo ao empreendedorismo – CEMP, percebem a importância do Programa.

## **1.1 Objetivo Geral**

O presente trabalho tem como objetivo geral, analisar a visão dos alunos da Universidade Federal do Ceará (UFC) sobre a influência do Centro de empreendedorismo – CEMP, da UFC, no empreendedorismo universitário.

## 1.2. Objetivos específicos

Os objetivos específicos ou intermediários, por sua vez, estão relacionados aos ganhos agregados, sendo os objetivos específicos deste trabalho, portanto:

- Definir o perfil empreendedor dos alunos.
- Identificar a percepção dos alunos sobre o empreendedorismo universitário.
- Identificar a percepção dos alunos quanto a oferta pela universidade de opções de o incentivo ao empreendedorismo.
- Identificar a percepção sobre a importância do CEMP em diferentes dimensões.

## 1.3 Justificativa

Aproximar negócios e academia pode ser fundamental para a inovação e o desenvolvimento tecnológico de um país, geração de conhecimento, novas tecnologias, e essa mudança na relação entre esses dois centros tem aumentado incessantemente nas últimas décadas (FIATES, 2014).

Segundo Lopes et., al. (2017), no Brasil, nos últimos anos o incentivo a educação empreendedora tem evoluído. São diversos os estímulos tanto no sistema educacional formal quanto nas atividades oferecidas por organizações da sociedade civil. Diante portanto de proporcionar aos estudantes o desenvolvimento de competências importantes além da visão de aplicar os conhecimentos em uma organização, a educação empreendedora vai além da carreira profissional, auxiliando também em desenvolvimentos pessoais e sociais. Para isso reforça-se o papel fundamental das universidades que, de acordo com o decreto N° 2.207/97 em seu art. 5º, aponta a inerência das atividades, que englobam ensino, pesquisa e extensão, sendo as ações empreendedoras promovidas pelos estudantes na graduação capazes de proporcionar a coesão entre o relacionamento teórico e prático (BRASIL, 1997).

### **Resumo metodológico**

A pesquisa realizada neste trabalho possui uma abordagem qualitativa, uma vez que tem como objetivo investigar percepção dos participantes sobre as ações empreendedoras na Universidade Federal do Ceará e ação do Centro de Empreendedorismo – CEMP na sociedade universitária e fora dela. Para isso foi realizada uma pesquisa que irá tratar os dados por meio da metodologia pesquisa quanto aos fins e quanto aos meios, proposta por Vergara (1998). Assim sendo esta pesquisa é classificada quanto aos fins, sendo tratada como descritiva e quanto aos meios, usando materiais bibliográfica e pesquisa de campo.

Portanto, este trabalho divide da seguinte forma: Referencial teórico, onde serão apresentados o empreendedorismo, empreendedorismo na universidade e inovação segundo autores; metodologia de pesquisa, apresentando os métodos que foram usados para a realização deste trabalho; resultados/ (caso)/descrição e por fim a conclusão.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. INOVAÇÃO

Depois da temática das universidades empreendedoras e do incentivo ao empreendedorismo universitário, outro fenômeno frequentemente recorrente na pesquisa em empreendedorismo é a inovação, uma vez que um empreendedor pode ser considerado um inovador capaz de propor soluções criativas para resolver problemas. Conseqüentemente, para entender o comportamento inovador assim, aplica-se a perspectiva teórica da Conjectura da Inovação Adaptativa de Kirton (1976), que é famosa e relevante nas pesquisas relacionadas ao comportamento humano relacionado à inovação (PAIVA et al., 2018).

A conjectura da inovação adaptativa, proposta por Kirton (1976), mostra que os animais humanos são capazes de propor soluções criativas para resolver problemas. Nessas situações, estimulamos o engajamento na ação principalmente por meio da criatividade e inovação. A teoria KAI visa liberar ferramentas criativas e resolução de problemas em equipe para alcançar resultados positivos (PAIVA, 2018).

Para Ferreira et. Al (2022) e Herman (2018), empreendedorismo e inovação são conceitos intimamente relacionados, considerando que os empreendedores interferem no equilíbrio do mercado ao identificar e explorar novos produtos, processos ou serviços que melhor atendam às necessidades dos clientes e ajudem a aumentar a eficiência. Por sua vez, as capacitâncias de inovação são pré-requisitos para a introdução de inovações, ou seja, para o desenvolvimento ou melhoria de novos produtos e processos produtivos, que cumprem o papel de aumentar a capacitância de as economias se tornarem competitivas, especialmente em setores de alta produtividade.

Diante disso, atualmente cresce o interesse pelo tema “Ecossistemas de inovação”, tanto entre profissionais quanto entre cientistas (Fialho et. al, 2022). No Brasil, de acordo com o último comunicado de imprensa do Ministério da Ciência Inovação e Tecnologia, o número de parques tecnológicos em operação no Brasil saltou de 20 para 55, sendo 07 no Nordeste.

Segundo Moore (1993), o termo ecossistema foi utilizado para oferecer uma abordagem sistemática da estratégia de negócios, entendendo que empresas inovadoras não se desenvolvem sem parceiros. O termo “ecologia” geralmente é usado para se referir a um grupo de empresas que interagem e interagem entre si (JACOBIDES et al., 2018). No entanto, os ecossistemas não são formados apenas por empresas, outros atores desempenham papéis importantes, como os parques tecnológicos, como aponta Etzkowitz et al. (2000). Na literatura ecossistêmica, os

autores Jacobides et al. (2018) indicam que, dependendo da unidade de análise, é possível encontrar três grandes linhas de estudo, que utilizam principalmente esses termos: ecossistemas de negócios (análise de empresas e seu ambiente), ecossistemas de inovação (análise de inovação, novas propostas valor e os atores que os apoiam) e ecossistemas de plataforma (análise de atores organizados em torno de plataformas).

No entanto, um ponto importante em relação aos ecossistemas de inovação é que os países precisam de empreendedores que apreciem oportunidades de negócios, tenham as habilidades necessários e queiram explorar novas possibilidades (REIS et al. 2020). Além disso, o impacto da inovação é significativo em todos os países e contextos institucionais, nesse sentido, as inovações dos empreendedores locais podem desempenhar um papel importante no crescimento da economia global (NAUDÉ et al., 2011).

O valor empreendedor é evidente na maioria dos países onde os indivíduos inovadores são altamente respeitados e muitas vezes considerados como impulsionadores do crescimento econômico e do desenvolvimento regional. Os empreendedores aproveitam as oportunidades e usam a inovação e a tecnologia para avançar no mercado. Segundo Borasi e Finnigan (2010), o empreendedorismo transforma o conhecimento em iniciativas que agregam valor tangível e intangível. Nesse cenário, a figura do empreendedor não apenas acumula conhecimento, mas também possui atitudes, comportamentos, formas de perceber-se o mundo e a si mesmo, ele se volta para atividades arriscadas e a capacitância de inovar, ser persistente e conviver com a incerteza (DOLABELA, 1999). Segundo Krüger e Minello (2017), o comportamento de um empreendedor como gestor de seu próprio negócio também se reflete em sua capacitância de enfrentar as adversidades. Nesse caso, ensinar empreendedorismo pode ajudar a melhorar essas características e aptidões de gestão, além de reforçar a aprendizagem empreendedora (LEIVA; ALEGRE; MONGE, 2014).

## 2.2. EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo tem desempenhado um papel importante nas grandes transformações, principalmente a partir do século XX, influenciando o desenvolvimento tecnológico acelerado e a globalização. Recentemente, os efeitos decorrentes da liberalização dos mercados, marcados principalmente pela transição de países antes mais orientados para o comunismo e que passaram a adotar o capitalismo com maior força, aumentando as competências e capacidades empresariais nas novas oportunidades de negócios identificadas diante do cenário de mudança. Nesse sentido, explorar oportunidades empreendedoras tem um



impacto positivo no crescimento econômico (ARYA, 2007). Enquanto Mueller (2007) aponta que aumentar a atividade das empresas inovadoras é mais eficaz do que aumentar o empreendedorismo geral, o fato é que a inovação geralmente reflete o resultado da atividade empreendedora (SCHUMPETER, 1982 e FERREIRA et.al., 2018).

O empreendedorismo é percebido como um fenômeno de importância socioeconômica e científica e é cabido pela academia como um tema de crescente interesse. A configuração do campo de estudo tem se desenvolvido em torno de diferentes aspectos teóricos, o que tem contribuído para gerar diversas possibilidades de pesquisa. (CLARK & HARRISON, 2019 E SIVESTRE ET AL., 2022).

Apesar desse interesse pelas instituições de ensino, o termo empreendedorismo ainda não possui uma definição única, pois significa coisas diferentes para pessoas diferentes. Essa falta de consenso transforma o empreendedorismo em um novo campo de pesquisa e ensino, em que a natureza do assunto engloba mais do que o simples fato de saber, destacando também o “saber ser” e o “saber fazer”, ampliando a atenção aos aspectos sociais, culturais e educacionais, bem como aos aspectos psicológicos e econômicos (FILION, 2000).

Para Silva et.al (2016), a discussão do empreendedorismo tem sido cada vez mais ampliada nos trabalhos nacionais, principalmente no campo das ciências administrativas. Em geral, seu conceito está fortemente associado ao "design de negócios". Muitas abordagens são aceitas como lentes de análise, especialmente a abordagem que enfatiza aspectos econômicos e comportamentais.

Para Rodrigues (2022), o empreendedorismo tem desempenhado um papel importante nas grandes transformações, principalmente no século XX, por influência do desenvolvimento tecnológico e da globalização. Baron (2014) destaca que devido aos efeitos decorrentes da liberalização dos mercados, caracterizada principalmente pela transição dos países comunistas para o capitalismo, foi possível maximizar as competências e aptidões empreendedoras diante de novas oportunidades de negócios identificadas no contexto da mudança. Nesse sentido, explorar oportunidades empreendedoras tem um impacto positivo no crescimento econômico.

Barros e Pereira (2008) reforçam essa ideia quando apontam que o empreendedorismo costuma estar sempre e em toda parte vinculado ao desenvolvimento econômico, embora esteja ausente na grande maioria dos modelos econômicos. Já para Greco et al. (2009), a motivação para iniciar uma atividade empresarial é uma das questões relevantes para melhor compreender a natureza do empreendedorismo nos países em desenvolvimento, destaca ainda duas razões principais para o empreendedorismo num país o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade. O empreendedorismo por oportunidade reflete o “lado

positivo” da atividade empreendedora em cada país. Nesse caso, é porque há um apito e um mercado lucrativo para o empreendedorismo. Outro exemplo extremo de atividade empreendedora é a atividade que as pessoas fazem em resposta à necessidade e não à oportunidade. Neste caso, o empreendedorismo como “ferramenta de desenvolvimento”.

O empreendedorismo estratégico tem sua concepção cada vez mais explorada no campo dos estudos de empreendedorismo, embora ainda seja pouco estudado nos estudos da região no Brasil. O empreendedorismo na visão estratégica é visto como um meio o qual permite ter uma melhor compreensão de problemas que ocorrem no ambiente do empreendedorismo, por meio de processos de renovação estratégica e da recuperação de perspectivas associadas a possibilidades de inovação (AUDRETSCH et al, 2005). Segundo Hitt et al (2002), o empreendedorismo estratégico consiste em duas características fundamentais relacionadas à criação e manutenção de vantagem competitiva e ao processo de identificação e aproveitamento de oportunidades de negócios. (SILVESTRE ET.AL, J., 2022)

Paiva (2004), por sua vez, busca explicar o empreendedorismo destacando o empreendedor que, segundo o autor é a pessoa que exerce suas atividades com outros indivíduos, ou seja, as ações são desenvolvidas em conjunto por gestores com objetivos comuns. Segundo Emmendoerfer (2019), ter iniciativa, gerar ideias e inovações, correr riscos calculados, agir com liderança e comprometimento são comportamentos empreendedores que todos têm potencial, que podem ser motivados e desenvolvidos de uma forma ou de outra, dependendo dos interesses dos participantes, governos e/ou gestores públicos. Outro conceito importante nesta discussão é o conceito de atividade empreendedora. Desde os postulados iniciais de Schumpeter (1982), a percepção da ação empreendedora passou por importantes transmutações, que, ganhando força, buscam compreender não apenas a criação de novas empresas, mas também como o ato empreendedor é realizado.

Portanto, é uma atividade inovadora que pode produzir resultados comprovados, incluindo o atendimento às necessidades e ofertas do mercado. Portanto, pode-se dizer que o empreendedorismo pode ser realizado tanto na criação de novas organizações quanto nas inovações dentro das atividades. Assim, o empreendedorismo é geralmente considerado como um processo que cria valor individual, organizacional e social, sendo considerado de grande importância para a sociedade como um todo (SILVA ET AL., 2016).

### 2.3. A UNIVERSIDADE EMPREENDEDORA

As universidades são as instituições fundamentais das sociedades do conhecimento assim como o governo e a indústria eram as instituições fundamentais das sociedades industriais quando formamos nossas associações. Em relação às suas responsabilidades e resultados, a indústria continua responsável pela produção e governança das relações contratuais que garantem interações e trocas estáveis. A vantagem competitiva da universidade sobre outras instituições produtoras de conhecimento são os alunos da universidade. O seu ingresso e graduação regulares traz continuamente novas ideias, diferente das unidades de P&D das empresas e dos laboratórios governamentais, que tendem permanecer quase que estáticos, sem o fluxo de novos recursos humanos e os novos conhecimentos que esses trazem. Conseqüentemente, é uma oportunidade para as universidades aproveitarem não apenas o ambiente, mas também o conhecimento inovador e empreendedor desses recursos (ETZKOWITZ; ZHOU, 2017).

O tema Universidade Empreendedora foi revisado por Rothaermel et al. (2007), explora o dilema entre as universidades tradicionais, onde os stakeholders se concentram no ensino básico, e as universidades contemporâneas, onde o empreendedorismo e a inovação são aceitos como fontes de universidade. Em uma série de tarefas apontadas pelos pesquisadores na evolução do sistema universitário, está uma nova visão do empreendedorismo e inovação acadêmicos, colocando novas abordagens no papel da Universidade.

Assim sendo, a universidade empreendedora surge como uma resposta à necessidade da sociedade, onde que a universidade deve formar profissionais com qualidades empreendedoras. As instituições principalmente as de ensino superior, têm, em um cenário de inovação e tecnologia, a missão de formar profissionais que “interagem e produzem nesse ambiente de mudança e instabilidade” (ANDRADE 2016). O desafio para as universidades é integrar o ensino do empreendedorismo em todos os cursos a fim de desenvolver o espírito empreendedor nos alunos independentemente de sua área de atuação (MARTENS., 2020).

Levando em conta essa visão da universidade como um fator de influência e suporte ao empreendedorismo, segundo ETZKOWITZ et al., (2000), surgiu o fenômeno da universidade empreendedora, apresentando diferentes direções de abordagem e pesquisa sobre empreendedorismo, dando origem a uma ênfase em tópicos relacionados ao assunto. Outro ponto a ser observado em relação ao fenômeno das universidades empreendedoras é que ele leva ao uso da inovação aberta dentro das universidades, que consiste em uma interação sistemática com agentes externos, ou seja, a busca por resultados do ambiente externo, de outras

empresas prontas para negociar, seja a tecnologia tradicional ou licenças de conhecimento que podem contribuir para a geração de inovações na empresa. Esta prática foi realizada há muitos anos exclusivamente pela indústria. E hoje se expandiu também para as universidades (NOHARA et al., 2014).

Para Etzkowitz (2003), a universidade de Empreendedorismo é o resultado do desenvolvimento da lógica interna do desenvolvimento acadêmico, que antes estendia a organização acadêmica do ensino à pesquisa. Para o autor a pesquisa dentro das universidades é formada em condições em que o financiamento universitário é concedido de forma competitiva, fazendo com que parecem uma indústria antes mesmo de se engajar diretamente nas atividades empresariais. Outra forma de explicar a produção de conhecimento dentro das universidades, comparando o sistema de pesquisa atual com modelos alternativos que esclarecem seu contexto social, é por meio das relações entre universidades, indústria e governo. Nesse caso, as negociações entre os parceiros institucionais reorganizam os arranjos subjacentes e a camada institucional pode ser considerada como a manutenção de um sistema em desenvolvimento (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 2000).

Associando o empreendedorismo aos estudantes universitários, Ajzen (1991) afirma que as atitudes desse indivíduo relacionadas ao empreendedorismo já podem ser percebidas pelo seu comportamento e intenções, e estas são influenciadas pelo comportamento regulações e controle. E a partir daí, reflete em seu comportamento quão intenso é o desejo de entrega, quanto esforço o indivíduo deseja desenvolver para exteriorizar um comportamento assim, o autor sustenta que a intenção de agir é resultado da combinação de três variáveis: Postura Pessoal (AP), normas Subjetivas (NS) e Controle Comportamental percebido (PC).

Apesar das muitas abordagens positivas para as universidades e as ferramentas para criar empreendedores acadêmicos, percebemos que alguns estão em processo de mudança por conta da comercialização da pesquisa universitária ou do desejo das universidades de aumentar o retorno sobre a propriedade intelectual de professores e alunos (LOCKETT et al., 2005). Etzkowitz (1998) justifica essas transmutações nas universidades chamando-as de segunda revolução, que inclui o desenvolvimento econômico e social como parte de sua missão e a capitalização do conhecimento assume diferentes formas. A primeira revolução acadêmica para este autor fez da pesquisa uma função acadêmica para além do ensino. A Universidade de empreendedores Emergentes combina o desenvolvimento econômico como uma função adicional.

As universidades do futuro voltadas para o empreendedorismo acadêmico também precisam considerar teorias de influência social. socialização e mudanças de status para

examinar como a proximidade entre as pessoas influenciava a tendência de mudança para o empreendedorismo (STUART; DING, 2006). Os traços individuais também são condicionados pelo ambiente de trabalho local. As pessoas são mais propensas a participar de organizações de transferência de tecnologia se forem criadas por instituições que adotam novas iniciativas. O comportamento de transferência de tecnologia também depende da experiência e do exemplo: se os indivíduos são capazes de observar os outros, eles identificam participando de novas iniciativas eles estão mais propensos a segui-los (BERCOVITZ; FELDMAN, 2008).

É por causa dessa missão estimulante da universidade que se configura um novo papel para os profissionais que ali atuam, pois segundo Audy (2006), à medida que a sociedade se torna mais conhecedora, as empresas mudam suas características e o mercado de trabalho se torna mais intensivo em conhecimento, gerando demandas por um novo tipo de profissional, caracterizado por ações e atitudes empreendedoras. Deste ponto de vista, ainda é um grande desafio aprontar uma universidade para uma sociedade que responda novas necessidades. Isso requer participação e comprometimento da gestão Conscientização entre a comunidade acadêmica e em todos os lugares adaptando-se à mudança (CLARK, 2006).

Etzkowitz e Zhou (2017) destacam a chamada Tríplice Hélice nesse cenário, onde o conceito implica que a universidade instituição anteriormente responsável pelo ensino pesquisa e extensão, passa a ter a responsabilidade assim como o governo e a indústria, da geração de novos negócios. Para isso, a universidade precisa de empresas que invistam em tecnologia e recursos humanos por meio de parcerias para responder às necessidades da economia e da sociedade como um todo. E para que essa aliança tenha melhores resultados, é necessária a presença e interação com o Estado, atuando como incentivador e financiador desse processo de desenvolvimento (GRIEBLER, 2013).

A Tríplice Hélice é caracterizada por interações entre corporações, governos e universidades. Desenvolver profissionais capacitados e construir uma organização (AUDY, 2006). Existem ligações entre a indústria, o governo e as universidades. A Universidade Triple Hélice é tão importante para o desenvolvimento econômico e social quanto o governo e as empresas e, para que isso funcione, a cooperação entre esses atores é essencial (SALUME, 2021).

## 2.4. INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO

São diversas as atividades relacionadas ao empreendedorismo no ambiente universitário, dentre elas: Projetos Científicos, Pesquisas desenvolvidas no âmbito acadêmico,

divulgação como incubadoras, aulas, eventos, workshops, cursos de curta duração, entre outros. Segundo Sadaizuka e Moraes (2018), essas são as escolhas disponíveis para estudantes empreendedores. Como esclarecem Sadaizuka e Moraes (2014) e Würzius (2019), a trajetória dos alunos até o ingresso na universidade compreende aproximadamente 12 anos de estudo em ambiente escolar, além de todo o ambiente familiar como pessoa, estudante, cidadão e profissional. Toda essa experiência em diferentes ambientes influencia diretamente no potencial empreendedor dos alunos e não pode ser negligenciada pela instituição.

O empreendedorismo inclui uma série de elementos e agentes que definem todo um ecossistema, tais como: políticas públicas que atuam como reguladoras, facilitadoras e incentivadoras; Capital financeiro que respalda novas ideias e sustenta o negócio; Civilização que se refere à percepção dos indivíduos em uma sociedade; Organizações que ajudam e difundem o empreendedorismo; Recursos humanos que qualificam e desenvolvem o empreendedor; Um mercado apoiado por uma rede cooperativa de empresas. Desta forma, destacamos não só a importância de todos os agentes na formação de mais e melhores empreendedores no Brasil, mas principalmente no meio acadêmico e pedagógico, por meio de ações e incentivos às práticas empreendedoras que incluem diversas atividades como já citado, essenciais para a construção de uma sociedade cada vez mais inovadora (WÜRZIUS et al., 2019).

## 2.5. IMPACTOS DO EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE

Isso é demonstrado pelos resultados da pesquisa sobre inovação tecnológica publicada no final de 2010. Foram criadas medidas governamentais como a lei da inovação; para incentivar o empreendedorismo. O Programa de Subvenção Econômica para a contratação de mestres e doutores para trabalhar em empresas; algumas ações como estas acabam por impactar a sociedade (STAL, NOHARA & CHAGAS, 2014). No entanto, esse impacto do empreendedorismo na sociedade não é tão simples, pois para que haja empreendedorismo em todos os cenários, principalmente quando se trata da parcela mais carente da sociedade ele também deve ser incluído.

Segundo Sasaki (1997), o conceito de inclusão é novo na literatura, mas suas raízes estão ligadas ao passado. Começou a ser discutido em 1981 e significa a mudança da sociedade como condição necessária para que todos lutam pelo seu próprio desenvolvimento e exercerão seus direitos civis. No Brasil, o discurso da inclusão se expressa como uma mudança de paradigma, na busca pelo reconhecimento da pluralidade e das diferenças. Mas, na prática a

cultura brasileira nos faz acreditar que o problema é econômico e não social. Assim, sentiram a necessidade de rever o conceito de cultura brasileira, uma vez que a sociedade inclusiva já foi incorporada em diversas partes do mundo como resultado da implementação dos princípios de inclusão na educação no mercado de trabalho, no lazer, esporte, cultura, religião, arte, família e muitos outros contextos (SASSAKI, 1997).

Em termos de contexto social, aqueles com menos recursos geralmente precisam recompensar suas fraquezas concentrando-se na ação coletiva. Na sala de aula, aquele estudante em um nível social mais baixo tende a se unir ao coletivo, seja ações ou pensamentos, tendo em vista que o coletivismo é uma estratégia para indivíduos que não podem se auto manter devido aos recursos limitados (BAUMAN, 2001).

O empreendedorismo social é um tema recente nas ciências sociais e emerge de uma articulação entre o tema tradicional do empreendedorismo, que tem vindo a ser desenvolvido nos domínios da economia e da administração de empresas, e a questão emergente da economia social e do terceiro setor. Os chamados empreendimentos sociais que emergiram da exacerbação da exclusão social e do desemprego no final da década de 1970 organizam-se segundo a lógica empresarial, mas ainda perseguem objetivos sociais, muitas vezes formalizados na forma de cooperativas ou associações (Quintão, 2004). As empresas sociais estão comprometidas em alcançar objetivos econômicos e sociais. Para isso, utiliza várias formas societárias e jurídicos.

Pode-se dizer que é uma forma de negócio localizada entre organizações com fins lucrativos e organizações sem fins lucrativos, com objetivos diferentes das empresas em seu formato clássico. A literatura possui diversas definições para esse tipo de negócio. (STAL, NOHARA & CHAGAS, 2014).

Uma nova abordagem à inovação, a ideia de inovação aberta, foi discutida em conexão com o impacto do empreendedorismo nos negócios. Essa abordagem foi proposta por Chesbrough (2003) que, no século XX, realizou um estudo com grandes empresas. Neste estudo, verificou-se que as empresas que controlam a inovação possuem uma filosofia baseada no modelo de inovação fechada, ou seja, geram suas próprias ideias, desenvolvem, comercializam e distribuem seus novos produtos/serviços. Segundo o autor empresas fechadas, baseadas no controle acabam perdendo oportunidades de negócios, pois a inovação leva tempo e exige domínio das tecnologias, além dos gastos para sua realização, de modo que não têm acesso a uma grande variedade de conhecimentos e habilidades. Para Santos e colaboradores (2014), esse tipo de inovação aberta não é apenas uma nova forma de empreendedorismo, e em última análise, influencia o funcionamento de processos internos ou questões de proprietários

de negócios principais por meio de startups bem estabelecidas. que é uma startup com base tecnológica que possui uma estratégia competitiva baseada em inovações tecnológicas disruptivas (FILHO & ZILBER, 2018).

Quanto ao impacto do empreendedorismo no ambiente universitário, o escritor Lima (2021) corrobora com Fialho (2022), quanto ao pensamento de que o empreendedorismo neste ambiente como algo mutualmente enriquecedor, que pode ajudar cada participante, dentro de sua realidade, a avançar na busca pela excelência. Isso cria um tipo de interação colaborativa, intrincada e ativa para os envolvidos diretamente no comportamento.

Para as universidades, a quantidade e a qualidade de suas empresas inovadoras (caso das startups) influenciam a forma como a universidade é percebida na sociedade em que está inserida, isso é único em relação à relevância, competitividade e empreendedorismo da universidade, isso ajuda a atrair estudantes talentosos e construir parcerias com outras empresas e universidades. (FREITAS, 2014).

Analisando as atividades indicadas e as características das universidades empreendedoras, os autores concluem que a inovação e as atividades empreendedoras estão relacionadas não apenas ao desenvolvimento do aluno ou ambiente acadêmico, mas também ao desenvolvimento socioeconômico regional e a sustentabilidade das universidades (ETZKOWITZ, 1998).



### 3. METODOLOGIA

Pesquisa pode ser definida como um procedimento realizado de forma sistemática e racional que tem como objetivo a obtenção de respostas aos problemas apresentados, sendo a pesquisa um procedimento formal, que se utiliza de um método de pensamento e requer um tratamento científico, para que assim seja possível descobrir a realidade ou verdades parciais. (GIL, MARCONI e LAKATOS (2010); WÜRZIUS (2019))

#### 3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Este trabalho de monografia se trata de um estudo de caso do CEMP, e a pesquisa realizada tem abordagem mista, onde foi necessário combinar pesquisa qualitativa e quantitativa para buscar soluções de pesquisa abrangentes, tendo como objetivo analisar as atividades empreendedoras na universidade Federal do Ceará e a atuação do centro de Empreendedorismo - CEMP na comunidade universitária e fora dela, com foco dominante na área descritiva e dados exploratórios, devido ao contato direto do pesquisador com o objeto de estudo, a fim de obter maior profundidade e detalhamento (Godoy, 1995 e Gibbs, 2009).

Para realizar este projeto Os estudos de campo foram realizados com alunos da Universidade Federal do Ceará, membros e ex-participantes do CEMP, utilizando primárias (entrevistas) e secundárias (regras internas do CEMP, artigos científicos, resumos e revistas de negócios) por meio de pesquisas, artigos e bibliografia. Também foram realizados técnicos intensos de observação direta. Entrevista semiestruturada A lista de perguntas ainda existe. Mas não tem finalidade e causa desenvolvimento (JACOBI & ARRUDA, 2011).

Após a enquete realizada, o presente trabalho trata os dados utilizando a metodologia de enquete proposta por Vergara (1998) em termos de fins e meios. Assim, os estudos foram categorizados em termos de finalidade, descrição e ferramentas, bibliografia e disciplina.

A enquete descritiva é um tipo de enquete que visa explicar os fatos e fenômenos de uma determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987). exemplos de pesquisa descritiva são estudos de caso, análise de documentos. pesquisa ad hoc. Vergara (1998) completa declarando que a pesquisa descritiva não pretende explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explanação.

Para Fonseca (2002), todo trabalho científico começa com uma pesquisa bibliográfica, esse tipo de pesquisa permite ao pesquisador conhecer o que já existe, já foi estudado e

publicado sobre o assunto e é feito a partir do inventário de alusões teóricas já analisadas., e editados por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, laudas da web.

A enquete de campo segundo Fonseca (2002) caracteriza-se por pesquisas em que, além da enquete bibliográfica e/ou documental, são coletados dados de pessoas, utilizando diferentes tipos de enquete (enquete ex post facto, pesquisa-ação, enquete participante etc.).

### 3.2. UNIDADE DE ANÁLISE E SUJEITO DA PESQUISA

Estudantes da universidade Federal do Ceará, membros e ex-membros do CEMP foram aplicados como corpo analítico para este estudo. Mazzoti (1998) destaca que a unidade de análise se refere à forma como os dados são organizados para análise, o que, por sua vez, requer uma decisão sobre o que estudar, que pode ser uma organização um grupo ou subgrupos de uma sociedade ou um indivíduo. Para esta tarefa, 18 alunos de diferentes cursos da UFC foram entrevistados e selecionados por meio de amostragem de viés não estocástico, que incluiu a seleção de participantes que levou em consideração seu potencial de participação no estudo e atendeu aos critérios estabelecidos pela tarefa Natureza aplicada Abordagem Qualitativa Objetivos procedimentos técnicos Pesquisa Bibliográfica Estudo de campo (APPOLINÁRIO, 2012).

### 3.3. TÉCNICA DA COLETA DE DADOS

Durante a enquete é necessário identificar grupos e coletar dados, mas é preciso distinguir entre os indivíduos preocupados com os objetivos da enquete (GIL, 2010). Nesse sentido, foram selecionadas entrevistas semiestruturadas por meio de reuniões virtuais por meio da plataforma Google Meet.

As entrevistas não direcionadas e semiestruturadas são realizadas entre um único entrevistador e um entrevistado, ou seja, ambas são entrevistas individuais, mas diferem no maior ou menor grau de intervenção e direcionamento exercido pelo entrevistador ao estruturar o tema ou sequência da pesquisa de entrevistas (DIAS, 2010).

As entrevistas são baseadas em perguntas feitas anteriormente e estão disponíveis em um formulário (Google Form) que é preenchido no momento da entrevista.

Segundo Marconi & Lakatos (2010) a entrevista se dá pelo encontro entre o sujeito e o pesquisador, para que haja a coleta de informações sobre o assunto que está sendo estudado/analísado, a partir de uma conversa profissional, procedimento este que é utilizado na

investigação social.

Ainda segundo Marconi & Lakatos (2010) existem algumas normas e etapas para que a entrevista possa atingir os resultados esperados. Essas são descritas abaixo:

Um primeiro contato deve ser estabelecido: para fins desta enquete, os sujeitos foram primeiramente contatados por meio de redes sociais e WhatsApp, onde foram selecionados aqueles que se interessassem e se arranjassem a participar da entrevista, por meio de uma conversa por meio do Google Meet, ou se de preferência, pelo próprio WhatsApp.

Surge uma pergunta foi criada uma entrevista. manter uma estrutura investigativa formal. que define os postos-chave para o trabalho. Os formulários de script são criados por meio do Google Forms.

Gravação das respostas: As entrevistas são gravadas no Google Forms.

Término da entrevista: Após a aplicação das questões foi encerrada a reunião com o pesquisador entrevistada.

pré-requisitos importantes: sempre foi mantida a validade e precisão das informações com fontes externas, evitando a incerteza dos respondentes. avaliar a relevância das informações fornecidas; manter a clareza e especificidade dos dados e informações coletados; explorar os sentimentos pensamentos e memórias do entrevistado; e priorizando o leque de respostas. Conforme importância enfatizada por Marconi & Lakatos (2010).

Após a entrevista de coleta de dados, foi realizada a análise dos dados conforme apresentado a seguir.

### 3.4. ANÁLISE DOS DADOS

A fim de realizar a análise de dados de forma eficaz, é necessário interpretar os dados corretamente e bem. Para Gibbs (2009), análise é um processo de transformação de dados por meio de procedimentos analíticos até que informações claras, compreensíveis, perspicazes e confiáveis sejam geradas e para realizar a análise é importante entender o material e interpretá-lo. Quanto aos dados qualitativos, são escritos, áudio e visuais. de acordo com o comportamento símbolos ou artefatos culturais. Para Gil (2010), o processo de análise consiste em extrair significado dos dados coletados, exigindo atenção aos detalhes, com o objetivo de compreender além das respostas oferecidas pelos participantes.

Neste estudo, para realizar o processo de análise e interpretação dos dados coletados, foram aplicados formulários (Google forms) com perguntas abertas e escaladas (10 a 1), para auxiliar na documentação das entrevistas e dos dados coletados, em especial nas perguntas e

respostas abertas, foi feito o uso da ferramenta de análise de dados Voyant, que além de auxiliar na identificação os pontos mais citados pelos sujeitos, ajuda que as informações estejam sempre acessíveis em caso de dúvidas que possam surgir durante o processo. Abaixo estão as questões utilizadas e os assuntos analisados neste estudo (amostra de 18 alunos).

Quadro 1 – Roteiro 1 - Perguntas Realizadas na Entrevista

<b>ROTEIRO 1. PERGUNTAS REALIZADAS NA ENTREVISTA</b>	
1.	É universitário da universidade Federal do Ceará?
2.	Qual seu curso?
3.	Já pensou em empreender?
4.	Se sim, você conseguiu empreender? Caso não tenha conseguido, qual o motivo?
5.	Há empreendedores na sua família?
6.	Acredita que sua Universidade oferece suporte aos estudantes que desejam empreender?
7.	Conhece algum Programa ou ação dentro da Universidade voltado ao empreendedorismo?
8.	Se na resposta anterior respondeu sim, qual Programa e/ou ação você conhece?
9.	Qual a importância você atribui a este tipo de iniciativa dentro da Universidade para o aluno?
10.	Qual a importância você atribui a este tipo de iniciativa dentro da Universidade para a própria Universidade?
11.	Qual a importância você atribui a este tipo de iniciativa dentro da Universidade para a sociedade no geral?
<b>Escalas de 1 a 10.</b>	
12.	De 10 a 1, onde 10 é extrema importância e 1 pouca importância, qual o grau de importância você atribui ao empreendedorismo universitário para o estudante?
13.	De 10 a 1, onde 10 é extrema importância e 1 pouca importância, qual o grau de importância você atribui ao empreendedorismo universitário para a Universidade? 18 respostas
14.	De 10 a 1, onde 10 é extrema importância e 1 pouca importância, qual o grau de importância você atribui ao empreendedorismo universitário para a sociedade no geral?

Fonte: Autor (2022).

Após a aplicação do questionário acima, aqueles alunos identificados como membros do CEMP eram direcionados ao final a responderem um segundo questionário, conforme demonstrado abaixo.

Quadro 2 - Roteiro 2 - Perguntas Realizadas na Entrevista

<b>ROTEIRO 2. PERGUNTAS REALIZADAS NA ENTREVISTA</b>	
1.	Qual a importância do CEMP no seu desenvolvimento pessoal?
2.	Qual a importância do CEMP no seu desenvolvimento profissional?
3.	Qual a importância você atribui ao CEMP quanto seu conhecimento e ação relacionada ao empreendedorismo?

Fonte: Autor (2022).

### 3.5. LIMITAÇÕES

Neste estudo, algumas limitações foram identificadas, principalmente no que tange a realização das entrevistas, as principais limitações foram: falta de tempo dos entrevistados devido motivos de trabalho, estudos e motivos pessoais; outra limitação percebida foi a distância física. Tais limitações acabaram por ocasionar a utilização de meios virtuais para a realização da entrevista e coleta dos dados necessários (Google meet e Google forms).

## 4. DESCRIÇÃO DO CASO E RESULTADOS

Segundo WÜRZIUS (2019), neste tópico além da descrição do caso são expostos os resultados da pesquisa realizada, os respondentes da pesquisa e sujeitos que promovem e participam destas ações, as contribuições e incentivos ao empreendedorismo na estrutura universitária, bem como a atuação da universidade e as principais dificuldades e limitações encontradas.

### 4.1. DESCRIÇÃO DO CASO

Idealizado e criado pelo professor Abraão Freires Saraiva Júnior (docente do curso de Engenharia de Produção, localizado no Centro de Tecnologia, no Campus do PICI da UFC), o Centro de Empreendedorismo (CEMP) da Universidade Federal do Ceará teve seu nascimento a partir de uma percepção preocupante quanto a dados sobre empreendedorismo dentro das Universidades, apresentados na pesquisa da Endeavor e Sebrae (2014), sobre empreendedorismo nas Universidades. A pesquisa Endeavour SEBRAE (2014) teve como base a entrevista de 5 mil estudantes e 600 professores em 150 Instituições de Ensino no Brasil. Os resultados demonstraram que 6 a cada 10 estudantes desejavam empreender, contudo, apenas 02 desses 10 estudantes se sentiam preparados para isso, refletindo a realidade e a necessidade de educação empreendedora nas universidades brasileiras (Endeavor, 2014).

Fez-se iniciar então em 2014 em formato de Programa de extensão, o CEMP, que tem como principais pilares: Inovação e Sustentabilidade, com o objetivo de disseminar o Empreendedorismo, desenvolver competências empreendedoras e apoiar a geração de empreendimentos inovadores e sustentáveis. Para Moura (2020), os programas de extensão universitária visam, por um lado, proporcionar às comunidades externas, o desenvolvimento e a aplicação de pesquisas e ensinamentos realizados em seus departamentos acadêmicos, buscando modificar realidades e melhorar a qualidade de vida das populações assistidas.

Partindo, portanto, para o relato da jornada desta autora que escreve, dentro do CEMP, e como isso impactou a trajetória, pessoal, acadêmica e profissional, este trabalho se iniciou resgatando os processos iniciais, começando pelo motivo que levou a inscrição no processo seletivo até o momento do meu desligamento em 2021. O Processo seletivo o qual deu início a minha jornada dentro do programa, foi lançado em 2019, e nesta época não diferente dos anos anteriores, dentro do curso de administração era perceptível a ausência de programas voltados

ao fomento e incentivo a empreendedorismo e inovação. Segundo Katz (2003) o ensino de empreendedorismo nas instituições de ensino teve origem nos Estados Unidos com Myles Mace lecionando o primeiro curso de empreendedorismo em fevereiro de 1947 na Escola de Administração de Harvard (KATZ, 2003), já no Brasil, o empreendedorismo nas universidades ainda está engatinhando, embora venha crescendo nos últimos anos.

Estudiosos afirmam que o empreendedorismo passou a ser ensinado na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) em 1981, a partir daí diversas iniciativas semelhantes foram implementadas em outras universidades do país. Na década seguinte, somaram-se as iniciativas de mais outras Universidades do país, entre elas o Departamento de Informática da Universidade Federal de Minas Gerais, da Escola de Novos Empreendedores da Universidade Federal de Santa Catarina, da Escola de Empreendedores da Universidade de Brasília, Universidade Federal de Pernambuco e da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Tais iniciativas precederam no ano de 1997 a criação de uma rede universitária voltada ao ensino do empreendedorismo. A partir daí, o ensino de empreendedorismo nas universidades públicas federais, estaduais, particulares e faculdades isoladas se disseminou, e hoje é ofertado em quase todas as instituições no País (COMINI, 1994).

Tendo ciência da importância do conhecimento sobre empreendedorismo para uma aluna do curso de administração, e a vontade de empreender, alimentaram meu desejo e vieram a se tornar mais motivos para ansiar por incentivos ao conhecimento e experiência com o empreendedorismo o mais breve possível.

Ainda em 2019, em uma disciplina sobre Gestão da Inovação, o professor responsável pela disciplina apresentou em sala de aula o Programa de extensão CEMP, o que gerou o insight e motivação para tentar a participação no processo seletivo do ano seguinte.

Em 2020 abriram-se então as inscrições para o processo seletivo do programa. Este se dividia em 03 fases, as quais serão relatadas de brevemente abaixo, seguindo descrição do edital e regimento do Programa. (CEMP, 2020)

1ª: fase de alinhamento (“fit”) cultural: Na primeira fase consistia em responder questões em formato de formulário, onde continham questionamentos sobre comportamentos, visão e compatibilidade do candidato com o perfil do CEMP. Para Cansian (2012), aplicação desse tipo de testes que ajudam a selecionador a traçar um perfil mais preciso do candidato são instrumentos importantes e necessários nos processos seletivos, ajudando na formação de um conjunto de informações acerca dos candidatos.

2ª fase: Entrevista e dinâmica: Fase em que consistia em fazer perguntas para que fosse percebido não apenas o perfil, como também se o candidato realmente tinha interesse em fazer parte do Programa, além de confirmar ou não se as percepções e resultados do candidato na primeira fase realmente eram condizentes. Para Parpinelli e Luanardelli (2006) a dinâmica de grupo é uma modalidade de avaliação que tem por meta coletar informações a respeito de diferentes dimensões psicológicas do candidato, tais como: capacidades cognitivas e sensório-motoras; componentes sociais, afetivos e motivacionais da personalidade; atitudes, aptidões e valores.

Seguindo as etapas do processo seletivo, ainda na segunda fase foi realizado uma dinâmica de raciocínio rápido, dinâmica para testar as habilidades, como capacidade de estratégia, trabalho em grupo, proatividade...

3ª fase: Experiência rotativa ou “Job rotation”: Na terceira e última fase do processo seletivo ocorreu o “job rotation”, onde consistiu em cada candidato deveria escolher e passar duas semanas de “atuação prática” em duas áreas específicas do Programa (podendo ser em um projeto ou diretoria), cada semana o candidato atuaria em uma área, executando atividades dessas áreas e convivendo com os times, demonstrando suas habilidades para aquela área e seu “fit” ou afinidade com o time responsável.

Dentre as áreas escolhidas pela autora para atuação nas semanas de “job rotation”, as áreas escolhidas foram: “Projeto Sensibilizando”(PS?) na primeira semana e a Diretoria de Projetos na segunda semana.

Após as semanas de “job rotation”, veio a semana dos resultados, onde consistia em uma reunião geral (online, via ferramenta de via conferência, no caso Google Meet) com todos os membros efetivos do Programa e os candidatos ao processo, em que todos eram direcionados para uma sala virtual (via Google Meet) onde estaria o time para o qual cada um foi selecionado. Em alguns casos dentro do Programa o candidato embora aprovado no PS, não é aprovado para a(s) área que escolheu no “Job Rotation”, por motivos tais como, incompatibilidade com a área desejada, e ainda, nem todos os projetos e ou diretoria comporta todos os candidatos que se inscreveram para fazer parte do time, nesses casos o candidato embora aprovado é direcionado para outro local, conforme normas descritas no regimento (CEMP, 2020). Após minha aprovação no programa, fui designada a fazer parte da Diretoria de Internacionalização, e a partir daí, dentre os 54 candidatos inscritos no processo seletivo, aproximadamente 25 candidatos foram aprovados no final, começando de fato a jornada do autor dentro do Centro de Empreendedorismo da Universidade Federal do Ceará.



Iniciando oficialmente, e a partir daí a jornada dentro do CEMP, passei a conhecer melhor como funcionava o Programa, como seus projetos, diretorias e impacto não só na sociedade acadêmica, como também na sociedade externa à Universidade. Conforme ideia apresentada por Nassif et.al (2020), onde os autores destacam que as universidades, além de proporcionar educação com qualidade por intermédio da pesquisa, do ensino e da extensão, ajudem a gerenciar o conhecimento para estabelecer estratégias de ensino de empreendedorismo proporcionando o fortalecimento da universidade como protagonista do desenvolvimento local e das pessoas. O CEMP, portanto, assim como em qualquer organização, para que se tenha bons resultados tem que agir com suas áreas de atuação trabalhando de forma alinhada e direcionada. A figura 4 apresenta o organograma, além de detalhar melhor cada diretoria, projeto e suas funcionalidades.

Figura 1 - Organograma CEMP



Fonte: CEMP (2021).

Conforme especificado no regimento interno do CEMP (CEMP, 2020), o programa é formado por seis “diretorias”, o coordenador docente, a Direx e os projetos.

**Coordenador Docente:** Em cargo de coordenador docente permanente encontra-se o professor Abraão Freires Saraiva Júnior, membro fundador e mentor do CEMP.

**A Direx:** É a diretoria Executiva do CEJJJJJJJMP, formada pelos diretores das 06 diretorias mais o Coordenador Docente. A Direx é a responsável por decisões conjuntas e estratégicas, tais como o planejamento estratégico anual, processo de sucessão das lideranças e demais decisões importantes do Programa.

A Diretoria Administrativa Financeira, tem como principais responsabilidades gerir os recursos financeiros do CEMP, gerir documentos e ferramentas internas, acompanhar e dar suporte aos analistas administrativos.

A Diretoria de Pesquisa e Desenvolvimento, tem como principal objetivo propor novos projetos para o Programa, realizar benchmarking em outros centros e programas de empreendedorismo, em alguns casos em parceria com a diretoria de gestão de pessoas, proporcionar capacitação e desenvolvimento dos membros para aprimoramento contínuo.

A Diretoria de Gestão de Pessoas, tem como principal objetivo garantir a seleção dos novos membros, acompanhamento, capacitação e desenvolvimento dos membros, além da realização de avaliação de desempenho.

A Diretoria de Projetos, deve dar suporte aos projetos existentes dentro do programa, realizar o planejamento e alinhamento constante dos projetos,

A Diretoria de Marketing e Comunicação é responsável por garantir o zelo e imagem do programa, além de disseminar a mesma, cuidar das mídias sociais e desenvolver conteúdos que levem para fora o alcance do centro de empreendedorismo.

A Diretoria de Internacionalização é responsável por romper as barreiras do CEMP, através da prospecção de centro, ligas e núcleos de empreendedorismo dentro e fora do país.

As diretorias acima são responsáveis por fazer rodar o Programa, alcançar os objetivos estratégicos e fazer com o CEMP tome ainda mais proporções e impacte pessoas, bem como os projetos que também existem dentro do CEMP, que são fortes formas de levar o empreendedorismo para outros meios e ambientes. Para que esses projetos não saiam dos objetivos o qual se propõe o CEMP, esses são divididos em 03 pilares: Disseminar, Desenvolver e Apoiar o Empreendedorismo Universitário. Sendo os projetos:

No pilar “Disseminar”, temos o “Projeto Sensibilizando”, que é voltado para ações de sensibilização em instituições de ensino, seja ensino básico, médio ou superior, tendo em vista que, quanto mais estudantes e instituições forem alcançadas, mais cresce a probabilidade de impactar positivamente pessoas. Na realização do Sensibilizando os membros do CEMP que são analistas desse projeto, realizam de forma presencial ou remota (no caso da realização do projeto durante a pandemia) momentos de sensibilização sobre o empreendedorismo, inovação, empreendedorismo no âmbito educacional e busca esclarecer e disseminar o que é o CEMP.

O “MeetUPempreendedor” é um outro projeto do pilar disseminar, que consiste em momentos de conversação sobre boas práticas de empreendedorismo, cases com os membros do CEMP e participantes da comunidade estudantil da UFC. Estes meetUps são realizados pelos analistas do projeto e convidados que trazem suas expertises e cases.

E por fim no pilar de disseminar, tem a Feira de empreendedorismo, que como o nome propõe, é um evento em formato de feira, onde os participantes expõem e divulgam seus

empreendimentos, a fim não apenas da divulgação de seu negócio, como também contribuir de maneira positiva para a disseminação e incentivo do empreendedorismo pela comunidade.

No pilar “Desenvolver” tem o projeto Ciclo de Formação, que tem como missão desenvolver e capacitar jovens empreendedores através de capacitações e conteúdo que auxiliem os jovens empreendedores em seu desenvolvimento. O StartCEMP é um projeto que vem a complementar o Ciclo de formação, chegando algumas gestões a rodar juntos. O StartCemp consiste em eventos de treinamento com duração de aproximadamente dois dias, tendo aproximadamente duas a três horas de duração em cada um dos dias, e são ministrados por parceiros do CEMP. E o último projeto no pilar Desenvolver é o DJE, que é um projeto que busca desenvolver soluções inovadoras em escolas da rede estadual de ensino, para problemas presentes no cotidiano escolar, como uma espécie de Hackathon. O projeto visa gerar engajamento de alunos do Ensino Médio às práticas empreendedoras através da resolução de um problema proposto em parceria com a própria escola.

E por fim, nos pilares que sustentam os projetos do CEMP, está o pilar de Apoiar, que assim como os dois pilares anteriores também é responsável por ter como base alguns projetos. Sendo o primeiro o projeto Mentoring, que é o responsável por proporcionar mentorias para pequenos empreendedores, não sendo estes empreendedores necessariamente membros do CEMP. O segundo projeto é o Prêmio Universitário Empreendedor, um dos mais conhecidos projetos do CEMP, pois consegue alcançar de forma mais abrangente os alunos empreendedores da UFC. O Prêmio Universitário Empreendedor é um reconhecimento concedido pelo Centro de Empreendedorismo da Universidade Federal do Ceará (CEMP) com o objetivo de identificar, dar visibilidade e premiar universitários empreendedores. Com o Prêmio, almeja-se valorizar o esforço dos estudantes universitários de forma a fortalecer a cultura do empreendedorismo inovador. E por fim, temos o projeto “InovAção”, que consiste em criar essa interação entre membros da comunidade empreendedora, através do desenvolvimento de um projeto ou startup em uma espécie de Hackathon, porém com um ciclo mais longo. Ao final do Projeto as melhores ideias são premiadas, e em alguns casos as ideias saem do papel e se tornam verdadeiros negócios.

Figura 2 - Portfólio de Projetos CEMP



Fonte: CEMP (2021).

#### 4.1.1. Empreendedorismo e Inovação no CEMP

Dentro do programa, baseados em seus objetivos e pilares são incentivados fortemente o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação, sejam em empreendimentos mais tradicionais, como pequenas lojas físicas, ou em empreendimentos mais inovadores, como startups digitais.

Os membros do programa são incentivados diariamente a expandirem seus conhecimentos, suas ideias e seus desejos. São ministradas palestras, cursos, mentorias e demais formas que incentivem os membros, mas ainda a sociedade como um todo. Podemos citar como resultados da influência do CEMP da vida dos jovens universitários empreendedores a fundação de negócios como a empresa “5Design”, o melhor desempenho da microempresa “MobbiMóveis” e a fundação da Startup “Altus”, demonstrando a capacidade do programa em mudar a realidade de diferentes tipos de negócios e conhecimentos empreendedores dos seus donos.

**Faive Design:** Fundada por ex-membros do CEMP, é uma agência de marketing e publicidade, que trabalha com Branding, potencializando marcas e novas oportunidades para estas, oferecendo soluções personalizadas e impulsionando assim suas vendas através da divulgação eficiente da imagem.

**Mobbi Móveis:** É uma microempresa, onde trabalhava uma ex-membro do CEMP, direcionada a criação de móveis planejados e arquitetura de ambientes. A microempresa passava por momentos de dificuldade, por seus donos terem poucos conhecimentos sobre empreendedorismo, esta se encontrava com sérios problemas de gestão, desde problemas com controle de caixa a dificuldade de identificação da sua persona. Segundo relatos dos donos, devido participação da funcionária nos encontros oferecidos pelo CEMP e a aplicação dos conhecimentos adquiridos no funcionamento da Mobbi, a microempresa passou a apresentar melhores resultados na venda de projetos e melhor controle financeiro.

**Startup Altus:** Fundada por ex-membros do CEMP, a Startup Altus liga pacientes a profissionais de saúde, o projeto consiste em uma plataforma digital que liga pessoas a profissionais de saúde e qualidade de vida como psicólogos, nutricionistas e educadores físicos. A Startup foi destaque em várias notícias da Universidade e chegou a ser uma das duas selecionadas para participar do programa de aceleração Be.long. Criado pela aceleradora Cordel Ventures e pelo Instituto André Guanabara, o programa é o primeiro totalmente voltado à alavancagem de empresas nos ramos de qualidade de vida e longevidade no Ceará. (FOCOS.JOR, 2022).

A partir das informações apresentadas acima, tanto informações acerca do programa como seus frutos no ecossistema de empreendedorismo e Inovação, percebem-se que o mesmo é estruturado e bem abrangente, alcançando vários aspectos do empreendedorismo, auxiliando não apenas no conhecimento e disseminação do empreendedorismo dentro e fora do ambiente universitário, como também na atuação direta dos empreendedores no ambiente e resultados sólidos (CEMP, 2020).

Na sessão abaixo serão apresentados os resultados da pesquisa realizada com 15 estudantes da Universidade Federal do Ceará em relação ao empreendedorismo dentro da Universidade e a atuação do CEMP – Centro de Empreendedorismo da Universidade Federal do Ceará no reforço e disseminação do conhecimento empreendedor e de que forma este gera impactos no ecossistema e no dia a dia dos universitários.

## 5. RESULTADOS

Nesta seção são apresentados os resultados da pesquisa realizada por meio de formulários e entrevistas. Neste trabalho foram realizadas 18 entrevistas com alunos da Universidade Federal do Ceará, membros e não membros do Centro de Empreendedorismo-CEMP, a fim de analisar qual a importância do Programa para o auxílio no empreendedorismo dentro da Universidade.

Para entendimento dos resultados foram analisadas as respostas que foram preenchidas no formulário durante as entrevistas, tanto respostas abertas como respostas com escala de medição (10 a 1), criados a partir disso dashboards que ajudam a visualizar esses dados. A organização foi realizada da como demonstrado na figura 6, partindo das entrevistas, organizou-se os dados em Excel e aplicou-se a ferramenta de análise Vayant.

Figura 3 - Organização dos dados e resultados



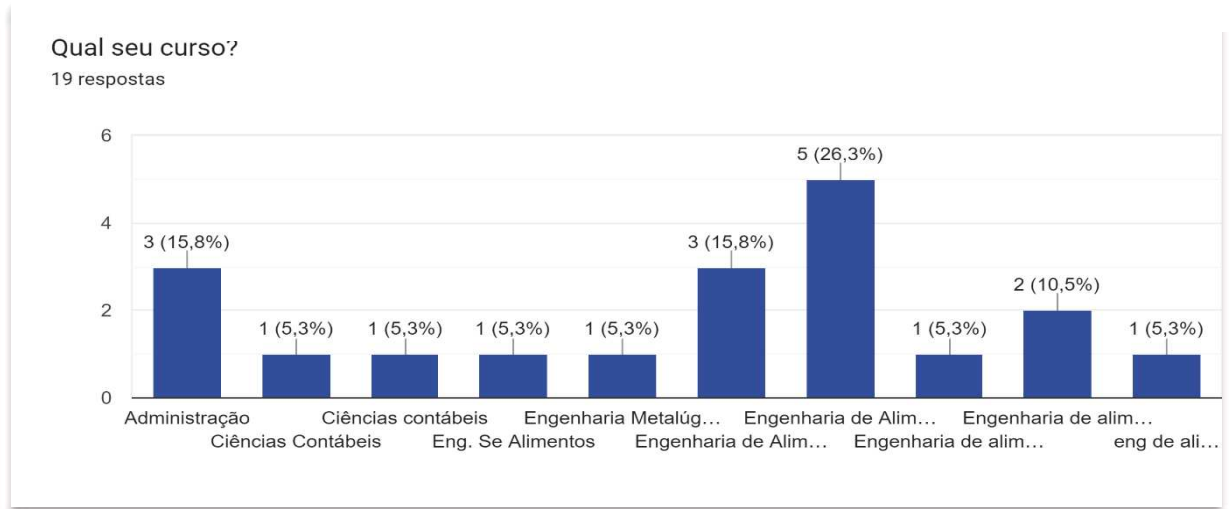
Fonte: Criada pelo autor (2023)

### 5.1. Perfil dos respondentes

A primeira questão sobre o perfil remete ao interesse empreendedor dos entrevistados. De uma amostra de 18 dos alunos entrevistados, todos os 18 eram/são alunos da Universidade Federal do Ceará, dentre os quais 83%, ou 15 dos 18 alunos, relataram já ter em algum momento da sua jornada pensado na possibilidade de empreender.

Quanto o curso dos respondentes O maior grupo de estudantes respondentes era da Engenharia, sendo o curso de engenharia de alimentos com mais estudantes respondentes (fig. 4).

Figura 4 - Cursos dos estudantes respondentes da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Quanto às limitações ao empreendedorismo, as limitações que mais se destacaram foram: Falta de conhecimentos necessários e falta de tempo, conforme mostra resultados de palavras chaves da ferramenta de análise de textos contidos na figura 5.

Figura 5 - Nuvem de palavras sobre limitações ao empreendedorismo

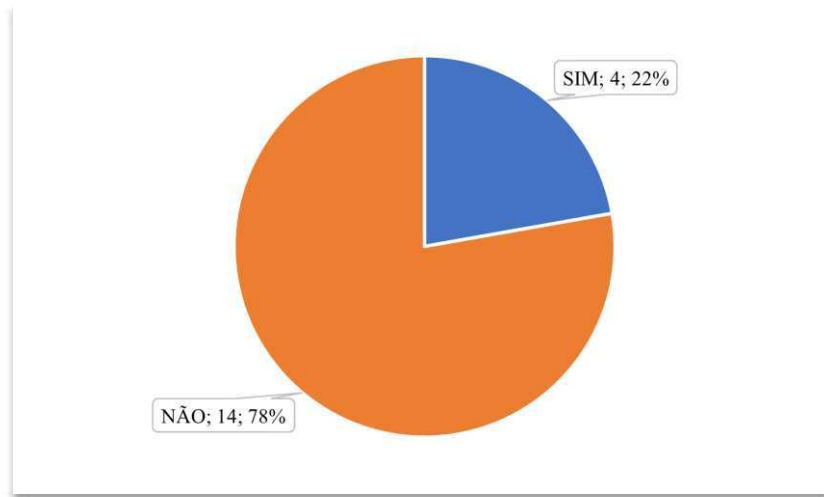


Fonte: dados da pesquisa (2022).

Quando questionado sobre o conhecimento e apoio ao empreendedorismo por meio da influência de familiares que empreendedor, ou seja, se esses alunos já tinham contato com o empreendedorismo partindo de seus parentes (figura 6), a resposta é que 78% (14 alunos),

possuem na família alguém que já empreende, e os outros 22% (4 alunos) informaram não ter contato com o empreendedorismo devido a familiares.

Figura 6 - Existência de ações empreendedoras na família



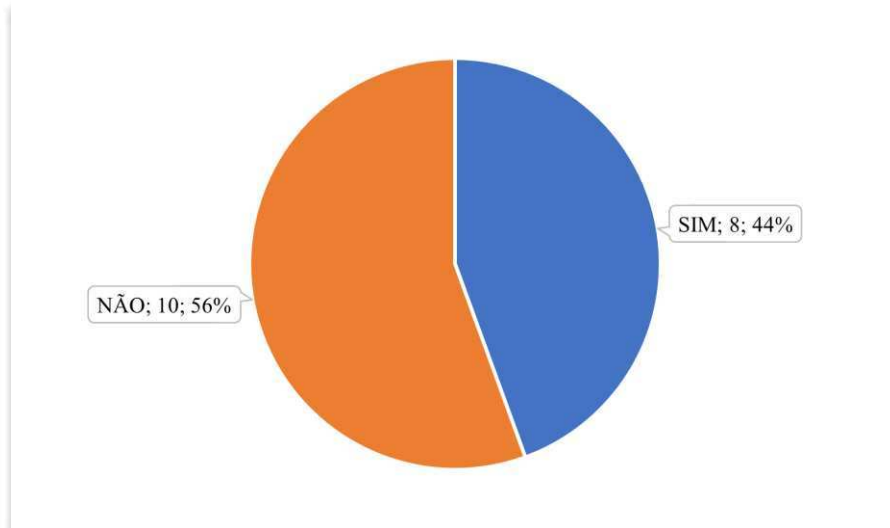
Fonte: dados da pesquisa (2022).

## 5.2. Sobre o empreendedorismo na Universidade

Sobre as percepções dos entrevistados e se esses estes encontram conhecimento sobre empreendedorismo e incentivo ao empreendedorismo através da Universidade, foi questionado se percebem suporte da Universidade quanto ao empreendedorismo. Na figura 7 temos que 56% dos respondentes informaram não encontrar na universidade um suporte para empreender, os outros 44% conseguem perceber sim, uma oportunidade de suporte ao empreendedorismo por parte da Universidade. Outro dado importante, é que o maior grupo de entrevistados informou já ter ouvido falar de alguma ação voltada ao empreendedorismo dentro da UFC, 8 dos estudantes respondentes citaram o Programa CEMP.

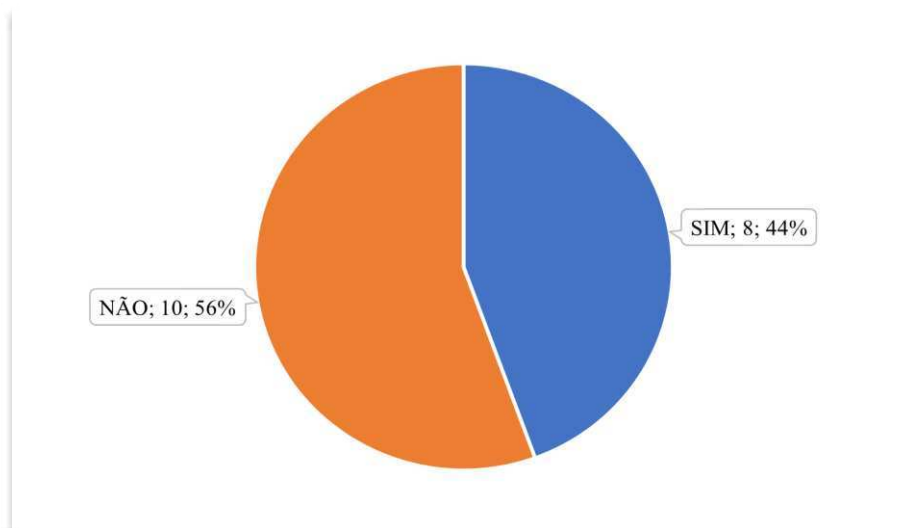


Figura 7 - A visão da Universidade como suporte aos estudantes empreendedores



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Figura 8 - Conhecimento dos estudantes sobre ação empreendedora na Universidade



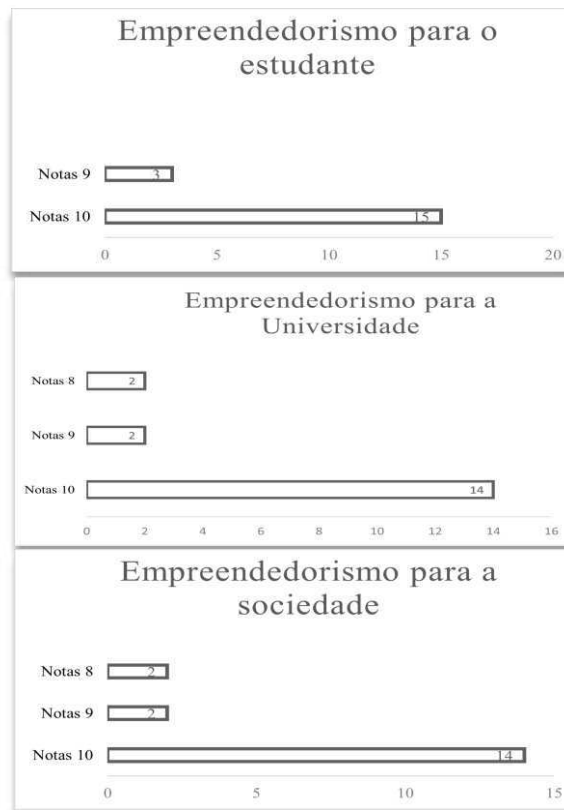
Fonte: dados da pesquisa (2022).

Quando questionados sobre a importância percebida ao aluno em relação a este tipo de iniciativa dentro da Universidade, os resultados mais percebidos pelos estudantes foram, desenvolvimento profissional e pessoal e incentivo ao empreendedorismo (figura 9), e a importância dessas ações empreendedoras quanto ao retorno que podem gerar a própria





Figura 12 - Grau de importância do empreendedorismo na visão dos estudantes



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Quanto às perguntas direcionadas aos respondentes identificados como membros do CEMP. Para estes foram aplicadas o Roteiro 2, contido na pag. 29 deste trabalho.

Quando perguntado aos alunos qual a importância do CEMP no seu desenvolvimento pessoal, estes destacaram que conhecer novas pessoas, adquirir diversos conhecimentos, fazer amigos e adquirir confiança foram os pontos que mais foram desenvolvidos e impactaram positivamente em suas vidas pessoais. No ambiente profissional os pontos mais destacados pelos alunos que responderam, destacaram que o CEMP foi responsável por desenvolver nestes um maior senso de responsabilidade, liderança e desempenho em suas carreiras profissionais. Quanto ao impacto do CEMP no que se relaciona ao empreendedorismo, estes relataram que passaram a ter mais preparo, conhecimento e maturidade quando o assunto é empreendedorismo, deixando visível o CEMP está ajudando a desenvolver em seus membros habilidades que refletem nas competências empreendedoras nos alunos.

Figura 13 - Nuvem de palavras sobre a importância do CEMP no desenvolvimento pessoal do aluno



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Figura 14 - Nuvem de palavras sobre a importância do CEMP no desenvolvimento profissional do aluno



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Figura 15 - Nuvem de palavras sobre a importância do CEMP nos conhecimentos e ações relacionada ao empreendedorismo



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Percebe-se, portanto, que há dentro do ambiente das Universidades diversos agentes que têm um papel fundamental no fomento das iniciativas e acabam moldando todo um ecossistema. O caso do Centro de empreendedorismo da UFC é um caso de como um auxílio da Universidade, docentes e até seus discentes podem vir a ter papel de incentivador e disseminador do empreendedorismo nos demais.

Quando os entrevistados destacam o auxílio do empreendedorismo universitário como meio de alcançar crescimento não só profissional como pessoal, pode-se destacar além da postura empreendedora sendo ativa, como enfatizada pela Brasil Júnior (2016), que vai além, esse aluno sente-se motivado a ir buscar ainda além de resolver problemas e assumir riscos. Dessa forma, Souza et al. (2004) complementa e destaca a importância do perfil do aluno, que deixa a zona de conforto em busca de novos planos de vida, trabalho, estudo e negócios. Nesse sentido salienta-se a importância dos agentes, sejam eles governo, empresas, professores, comunidade, e até estudantes, na formação de mais e melhores empreendedores no Brasil, como também o meio acadêmico e de ensino, através de ações e incentivos a práticas empreendedoras que compreendem atividades como as citadas, fundamentais na construção de uma sociedade cada vez mais inovadora (WÜRZIUS, 2019).

Figura 16 - Nuvem de palavras: palavras mais citadas nos relatos dos alunos respondentes



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Na figura acima (figura 16), pode ser percebido que ao longo da entrevista e relato dos estudantes respondentes, em muitos momentos foram citadas as palavras: empreendedorismo, conhecimento, desenvolvimento, oportunidade. Demonstrando que são essas atribuições mais associadas ao CEMP, e demonstrando a visão do aluno sobre os pontos impactados pelo programa.

Como pode ser visualizado, portanto, nas respostas obtidas, a educação empreendedora tem se tornado essencial para o fomento do empreendedorismo, embora tenha se notado uma ausência desse incentivo pelos entrevistados. Rocha e Freitas (2014) explicam que as formas de ensino devem ser capazes de explicar o conceito do empreendedorismo e incentivar os estudantes a desenvolverem a criatividade, a inovação, perceber novas oportunidades, se desafiar, assumir riscos, trabalhar em equipe, entre outros fatores. Sendo assim, cabe destacar o papel fundamental do professor como facilitador ao empreendedorismo universitário, como ressalta Lopes et al. (2017), orientando e incentivando os alunos para ações empreendedoras.

Com base nas informações apresentadas, vale ressaltar a atuação do Programa de extensão da UFC - CEMP no auxílio aos estudando universitários da Universidade Federal do Ceará. Atuando com diversos projetos que buscam abranger os mais diferentes meios e estratégias empreendedoras e inovadoras, no incentivo dos alunos não só a trilhar, como também conseguir evoluir no caminho do empreendedorismo de sucesso.

Por fim, é importante trazer a essa discussão as visões referentes a maneira e importância percebida pelos alunos entrevistados, sobre como não só o CEMP, mas a Universidade tem se

posicionado ao incentivo ao empreendedorismo, o quanto isso tem impactado na vida pessoal e profissional do aluno, como tem impactado dentro da própria Universidade e ainda, como essa saída do pensamento e ações empreendedoras tem saído de dentro do ambiente de ensino para gerar impacto na sociedade como um todo.



## 6. CONCLUSÃO

A maioria dos alunos entrevistados já tiveram em algum momento de sua jornada o desejo ou a ação de empreender, porém como mostra na pesquisa realizada, ainda são sentidas dificuldades quanto aos conhecimentos necessários. Partindo disso, a visão do aluno segundo a pesquisa realizada é a visibilidade do CEMP como forte incentivador e influenciador do empreendedorismo nos universitários, desenvolvendo habilidades empreendedoras capazes de impactar na vida profissional, pessoal e social, além de ser visto como gerador de valor não exclusivamente para os estudantes, como também para a Universidade e sociedade como um todo.

Diante dos resultados obtidos nas entrevistas e pesquisa, percebe-se que foi possível analisar a forma como os estudantes veem o CEMP e como este é capaz de influenciar o empreendedorismo universitário. Na visão dos estudantes, o CEMP é responsável por alcançar seu objetivo, mas também ir além de disseminar e incentivar o empreendedorismo universitário, este consegue ainda impactar o desenvolvimento social do jovem, universidade e sociedade como um todo.

Quanto às suas limitações, o presente trabalho foi desenvolvido em sua maioria durante a pandemia de covid-19, tendo portanto sofrido com dificuldades de entrevistas presenciais, participação de alunos e agendas. Diante disso, sugere-se estudos futuros direcionados ao empreendedorismo universitário e como este impacta os alunos em períodos atípicos, como foi o período de pandemia, a fim de perceber como este é percebido como suporte pelos alunos participantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AJZEN, I.. The Theory of Planned Behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. V.5, n. 2, p. 179-211 1991

APPOLINÁRIO, Fabio. Metodologia da ciência: **filosofia e prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

ARYA B, Lin Z. Understanding collaboration outcomes from an extended resource-based view perspective: the roles of organizational characteristics, partner attributes, and network structures. **Journal of Management**. v. 33, n. 5, p. 697-723, outubro. 2007.

AUDRETSCH, D. B., Carree, M. A., Van Stel, A. J., & Thurik, A. R.. Does selfemployment reduce unemployment? Jena: Max Planck Institute of Economics. **Papers on Entrepreneurship Growth and Public Policy**. 2005.

AUDY, J. FERREIRA. G. C. **Universidade empreendedora**: uma visão da PUCRS. In: AUDY, J. L. N.; Morosini, M. C. (Org). Inovação e Empreendedorismo na Universidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R. Business Cooperation Networks: Management Strategies in the New Economy. Porto Alegre: Bookman, 2018.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A.. **Empreendedorismo: Uma Visão do Processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

BARROS, A., & PEREIRA, C.. **Empreendedorismo e crescimento econômico**: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, v.12, n. 4, 975-993. 2008.

BARROS, M.J.F; PASSOS, E.S. **Remando a Favor da Maré: racionalidade instrumento no curso de Administração de Empresas**. In: O&S, v.7, n. 19, setembro/outubro, 2000. Anais. 2000.BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, p. 7-63. 2001.

BERCOVITZ, Janet; FELDMAN, Maryann. Academic entrepreneurs: **Organizational change at the individual level**. **Organization Science**, v. 19, n. 1, p. 69-89, 2008.

Blank, S., & Dorf, B. The Startup Owner's Manual: **The Step-by-Step Guide for Building a Great Company**. Ed.1, K&S Ranch, California, 2012.

BOGERS, M. O paradoxo da inovação aberta: compartilhamento de conhecimento e proteção nas colaborações de I&D. **European Journal of Innovation Management**, v. 14, n. 1, p. 93-117, 2011.

BORASI, R., & FINNIGAN, K. Entrepreneurial attitudes and behaviors that can help prepare successful change-agents in education. **The New Educator**, v.1, n.29, 2010.

BRITO, G. et al. Global Innovation Networks and University – Firm Interactions: an exploratory survey analysis. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 14, n.1, p. 163-192, jan./jun. 2015.

BUGANZA, T.; VERGANTI, R. Benefícios da cooperação entre compradores e fornecedores: Um estudo no setor de tecnologia de informação e comunicação. **European Journal of Innovation Management**, v. 12, n. 3, p. 306-325, 2009.

BUSSLER N. R. C. et al. Responsabilidade Social e a Governança Corporativa: Caminhos para a criação de valor das organizações. **XXIV Seminário de Iniciação Científica**. v.4, n.8, 2017.

CANSIAN, R. M. M. **O psicólogo e seu espaço nas organizações**. Set. 2012. .... in SINAPSI ? Disponível em <<http://www.cjh.ufsc.br/sinapsi/artigos/organizacional3htm>>: Acesso em: 2022.

CASTRO, C. **Open Innovation, Confidentiality, and Intellectual Property Rights**. January de 2013.

CASTRO, L. N.; ARAÚJO, R. M.; FRAGOSO, N. D.; TROPIANO, L. M. C. C. An Entrepreneurial Maturity Level Assessment Methodology: A Case Study In The Business Incubator Of Mackenzie Presbyterian University . **International Journal of Innovation**, v. 9, n. 2, p. 295-321, 2021.

CHESBROUGH, H. **The Era of Open Innovation**. MITSloan Management Review. Massachusetts 2003.

Clark, C. M., & Harrison, C. Entrepreneurship: An assimilated multiperspective review. **Journal of small business & management**. v. 31, n. 1, p. 43-71, 2019.

CODA, R.; MORAES, G. H. S. M.; KRAKAUER, P. V. C.; PEREIRA JUNIOR, J. M. Startup founders' entrepreneurial profile in the Brazilian context. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 16, n. 1, p. 15-36, 2022.

COMINI, G. M. **Realidade e perspectivas das escolas de Administração do Brasil: um enfoque estratégico**. São Paulo, 1994. 205p. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus. 2001.

JACOBI, P., & PINHO, J. A. **Inovação no campo da gestão pública local: novos desafios, novos patamares**. Rio de Janeiro: FGV. 2006.

DRUCKER, P. **Entrepreneurship in business enterprise**. **Journal of Business Policy**, 1(1), 3-12. 1970.

EMMENDOERFER, M. L. **Inovação e empreendedorismo no setor público**. Brasília: Enap. 2019.

ENDEAVOR.ORG. **Empreendedorismo nas Universidades: vontade é grande, mas sonho é pequeno** (2014). Disponível em: <https://endeavor.org.br/ambiente/empreendedorismo-nas-universidades-2014/>. Acessado em 2022.

ETZKOWITZ, H., & ZHOU, C. Hélice Tríplice: **inovação e empreendedorismo universidade-indústria e governo**. **Estudos Avançados**, 31(90), 23–48. 2017. Acessado em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/137883>

ETZKOWITZ, Henry et al. The future of the university and the university of the future: **evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm**. **Research Policy**, v. 29, n. 2, p. 313-330, 2000.

ETZKOWITZ, Henry. The norms of entrepreneurial science: **cognitive effects of the new university – industry linkages**. **Research Policy**, v. 27, n. 8, p. 823-833, 1998.

ETZKOWITZ, Henry; LEYDESDORFF, Loet. The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university – industry – government relations. **Research Policy**, v. 29, n. 2, p. 109-123, 2000.

FACCIN, K; BALESTRIN, A. Práticas colaborativas em P&D: um estudo na indústria brasileira de semicondutores. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**, Rio de Janeiro/RJ – 13 a 17 de setembro de 2014.

FERREIRA NETO, M. N.; CABRAL, J. E. O.; RODRIGUES, J. L. C. C. Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento humano no mundo: análise comparativa. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 19, n. 1, p. 154-178, 2022.

FIALHO, BORGES. et al, **Relação entre os atores e o ambiente**: uma análise dos sentimentos positivos e negativos sobre um ecossistema empreendedor. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 15, número 1, p. 15-36, 2022.

FIGUEIREDO, D.,; FIGUEIREDO, L. Intermediários de Inovação: o que são, quais funções desempenham e por que deve-se distingui-los. VIII Encontro de Estudos Em Estratégia–ANPAD, Curitiba/PR - 20 a 30 de maio de 2017.

FILHO.... ; ZILBER..... Startups: do nascimento ao crescimento - **Proposta de integração para ciclos de inovação e desafios do desenvolvimento**. **Revista Desafios** – v. 5, n. 3, 2018.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração de Empresas Light**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul./set. 2000.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FOO, L., GONG, V., LIANG, C., WANG, T., & ZHOU, S. **Startup Failures in China And USA**. The Bamboo Report. 2017.

FREITAS, A. S.; FILARDI, F.; LOFT, A. C. O.; BRAGA, D. Inovação aberta nas empresas brasileiras: uma análise da produção acadêmica no período de 2003 a 2016. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 16, n. 3, p. 22-38, 2017.

FROTA, L. A. A.; BEZERRA, S. Q.; MARTINS, T. A. P. A intenção empreendedora de estudantes de gestão diante da crise econômica causada pela pandemia de covid-19 no Brasil. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 8, n. 2, p. 77-95, 2022.

FURMAN, J. L.; PORTER, M.; STERN, S. **The determinants of national innovative capacity**. **Research Policy**, v. 31, n. 6, p. 899-933, 2002.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 198 p. 2009.

GIHATY, Y. **O que é uma startup?** 2010. Disponível em: <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/> Acesso em: 20 out. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.a., 184 p. 2010.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mai./jun. 1995.

GOMES FILHO W. A Interação das Universidades e Empresas Startups na Visão dos seus Empreendedores Sob a Luz da Teoria Institucional. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal de Santa Catarina. Santa Catarina. 2018.

GOVERNO FEDERAL, **Brasil avança 5 posições no Global Innovation Index 2021**. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/noticias/2021/09/brasil-avanca-5-posicoes-no-global-innovation-index-2021>. Acesso out, 2022.

GOVERNO FEDERAL. Levantamento faz retrato da evolução de parques tecnológicos no país. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/noticias/2021/09/levantamento-faz-retrato-da-evolucao-de-parques-tecnologicos-no-pais>. Acesso em set, 2022.

GRECO, S. M. S. S. et al. **Empreendedorismo no Brasil: 2008**. Curitiba: IBQP, 2009.

HERMAN, E. **Innovation and entrepreneurship for competitiveness in the EU: an empirical analysis**. **Proceedings of the International Conference on Business Excellence**, v. 12, n. 1, p. 425-435, 2018.

IRELAND, R. D., Hitt, M. A., & VAIDYANATH, D. **Alliance management as a source of competitive advantage. *Journal of Management***, v. 28, n.3, p. 413-446. 2002.

JACOBI, Pedro R.; RAUFFLET, Emmanuel; ARRUDA, Michelle P. Educação para a sustentabilidade nos cursos de Administração: reflexão sobre paradigmas e práticas. **RAM – Revista de Administração do Mackenzie**, São Paulo, v. 12, n. 3, edição especial, p. 21-50, maio/jun. 2011.

JACOBIDES, M. G.; CENNAMO, C.; GAWER, A. Towards a theory of ecosystems. **Strategic Management Journal**, v. 39, n. 8, p. 2255–2276, 2018.

KATZ R. & ALLEN T. Investigating the not invented here (NIH) syndrome: a look at the performance, tenure, and communication patterns of 50 R&D projects. **R&D Management** v.12, n.1, p. 7–19. 1982.

KATZ, J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 18, n. 2, p. 283, 2003.

KIRTON, M. Adaptors and innovators: A description and measure. **Journal of Applied Psychology**, v. 61, n. 5, p. 622, 1976.

KLEIN, S. B.; VASCONCELOS, M. C. R. L.; LIMA, R. J. C.; DUFLOTH, S. C. Contributions from Entrepreneurial Universities to the Regional Innovation Ecosystem of Boston. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 21, n. 1, p. 245-268, 2021.

KRÜGER, C.; MINELLO, I. F. Atitude Empreendedora em Discentes de Graduação: Entre a Teoria e a Prática . **Revista Alcance**, v. 24, n. 2, p. 191-208, 2017.

LACERDA, R. T. O.; BERNARDES, M. L.; RIBEIRO, A. M. S.; CAMARGO, A. S. Integration between university and startups in the light of the singularity and limited rationality. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 9, n. 2, p. 23-47, 2022.

LEIVA, J. C.; MONGE, R.; ALEGRE, J. **The Influence of Entrepreneurial Learning in New Firms' Performance: a study in Costa Rica**. *Innovar*, v. 24, Ed. Especial, p.129-140, 2014.

LINS, E. R.; FERREIRA, A. A. L.; ALVES, B. N.; XAVIER FILHO, J. L. J.; FERNANDES, N. C. M. Inovação aberta no Brasil: estudo bibliográfico e discussão conceitual. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 12, n. 1, p. 186-206, 2022.

LOCKETT, Andy et al. **The creation of spin-off firms at public research institutions:**

**Managerial and policy implications.**, Elsevier, v. 34, n. 7, p. 981-993, 2005.

LOPES, A. P. V. B. V.; FERRARESE, A.; CHESBROUGH, M. M. Inovação aberta no processo de pesquisa e desenvolvimento: uma análise da cooperação entre empresas automotivas e universidades. **Revista Gestão & Produção**, v. 24, n. 4, p. 653-666, 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARTENS ET. Al. A Interação Entre as Universidades e o Empreendedorismo. **Revista Desenvolvimento em Questão**. Editora Unijuí.V.18. n. 52 . jul./set. 2020.

MOORE, J. F. Predators and prey: The new ecology of competition. **Harvard Business Review**, v. 71, n. 3, p. 75–83, 1993.

MORAES, M. B., SILVA, A. A. C., MONTEIRO, R. C. R. V., & MENDROT, A. R. (2016). Intenção Empreendedora de alunos de graduação de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo. IN: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas: Anais do**. Passo Fundo/RS.

MOURA FILHO, S. L.; ROCHA, A. M.; TELES, E. O.; TORRES, E. A. Universidade Empreendedora – Um Método de Avaliação e Planejamento Aplicado no Brasil. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 19, n. 1, p. 159-184, 2019.

MUELLER, P. Exploiting Entrepreneurial Opportunities: the impact of entrepreneurship on growth. **Small Business Economics**, v. 28, n. 4, p. 355-362, 2007.

NAUDÉ, W.; SZIRMAI, A; GOEDHUYTS, M. **Innovation and Entrepreneurship in Developing Countries**. United Nations University (UNU). n.1 , 2011. Acessado em: <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/PB2011-001.pdf>

NOHARA et. Al.; OS CONCEITOS DA INOVAÇÃO ABERTA E O DESEMPENHO DE



EMPRESAS BRASILEIRAS INOVADORAS. **RAI - Revista de Administração e Inovação**, vol. 11, núm. 2, , pp. 295-320 Universidade de São Paulo São Paulo, Brasil. jul - Set, 2014.

OCDE. **Manual de Oslo**. 3. ed. Brasília: FINEP, 2005.

PAIVA, F. G., JÚNIOR. **O empreendedorismo na ação de empreender**: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz. Tese de Doutorado em Administração. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. 2004.

PAIVA, L. E. B.; LIMA, T. C. B.; REBOUÇAS, S. M. D. P.; FERREIRA, E. M. D. M.; FONTENELE, R. E. S. Influência da Sustentabilidade e da Inovação na Intenção Empreendedora de Universitários Brasileiros e Portugueses. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 16, n. 4, p. 732-747, 2018.

PARPINELLI, R.; LUNARDELLI, M. Avaliação psicológica em processos seletivos: contribuições da abordagem sistêmica. **Estudos de Psicologia**, Campinas, v. 23, n. 4, p. 463-471, 2006.

R.G. Cooper **The NewProd System: The Industry Experience Journal of Product Innovation Management**, v. 9, n.2, , p. 113-127. 1992.

REIS, D. A.; MOURA, F. R.; ARAGÃO, I. M. Attitudes, Abilities and Aspirations in the Worldwide Entrepreneurship Ecosystem. **International Business Management**, v. 13, n. 9, p. 429-437, 2020.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 4, p.465-486, ago. 2014.

ROLDÃO, T.& MONTE-MOR, D. S., & TARDIN, N. **Influência da recessão econômica na intenção** de empreender: uma análise cross-country. Baseada na crise do subprime. *Organização e Sociedade (O&S)*.2018.

ROSSI, Andressa Karen. Inovação Aberta: Uso e Implicações nas Indústrias de Confecção do Norte do Paraná. Dissertação de Mestrado – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2018.SADAOIIZUKA, Edson; MORAES, Gustavo. Análise Do Potencial e Perfil Empreendedor do Estudante de Administração e o Ambiente Universitário: Reflexões Para Instituições de Ensino. **Revista Administração: Ensino e Pesquisa - RAEP**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 3, p.593-630, jul. 2014. Trimestral. Set. 2018.

SALUME, P. K.; DIAS, G. F.; JUNQUEIRA, L. R.; GUIMARÃES, L. O. Estímulo ao Empreendedorismo no Ensino Superior sob a Perspectiva dos Discentes. **Revista de Administração FACES Jornal**, v. 20, n. 1, p. 1-18, 2021.

SANTOS et.al. Os conceitos da inovação aberta e o desempenho de empresas brasileiras inovadoras - **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n .2, p. 295-320, abr./jun. 2014.

SASSAKI, R.K. **Construindo uma sociedade para todos**. Rio de Janeiro: WVA, 1997.

FIATES, AZEVEDO. **Influência dos ecossistemas de empreendedorismo inovador na indústria de venture capital: estratégias de apoio às empresas inovadoras**. Tese (Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento). Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Florianópolis, P. 71-76. 2014.

SCHNEIDER, S. A pluriatividade na agricultura familiar Porto Alegre (RS). Ed 2. Porto Alegre. Editora da UFRGS. 2003. Schumpeter, J. A. (1997). Teoria do desenvolvimento econômico. In Os Economistas. Nova Cultura. <http://www.worldcat.org/oclc/58560692>

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – **Como incentivar o empreendedorismo nas universidades**. Site Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-incentivar-o-empreendedorismo-nas-universidades,89d4ba24764ba510VgnVCM1000004c00210aRCRD> - Acesso em: Julho/2022.

SHAH, S. **Determinants of Human Development Index: a cross-country empirical analysis**. International Journal of Economics and Management Studies, v. 3, n. 5, p. 43-46, 2016.

SILVA, C. A., VALADARES, J. L., & ANDRADE, D. M. Ações empreendedoras na gestão pública: análise do programa Crédito Solidário (PCS) em um município do sul de Minas Gerais. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, 15(1), 55-68. 2016.

SILVA, G; DACORSO, A. L. R. Inovação Aberta como uma Vantagem Competitiva para a Micro e Pequena Empresa. **Revista de Administração e Inovação**, v. 10, n. 3, out. 2013.

SILVESTRE, J.; BORGES, A.; PAULA, V. Empreendedorismo Estratégico: Exploration, Exploitation e Ambidestria em Cervejarias Artesanais de Uberlândia, MG. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 23, n. 1, p. 1-25, 2022.

SOOMRO, B. A; SHAH, N. Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. **Journal of Enterprise Information Management**, v. 28, n. 2, p. 304-322, 2015.

SOUSA, E. G.; LOPES, J. E. Empreendedorismo Tecnológico e Startups: uma análise de cenários no contexto de universidades brasileiras. IN: **IV Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE. Anais do IV EGEPE.** Passo Fundo, RS. Março. 2016.

SOUZA, Eda Castro Lucas de et al. **Métodos e Técnicas de Ensino e Recursos Didáticos para o Ensino do Empreendedorismo em IES Brasileiras. XXVIII Enanpad**, Brasília, 2004.

SPELL, C. A.; ARAÚJO, E. T. T.; ANJO, J. E. S.; BRITO, V. G. P.; ANDRADE, D. M. Empreendedorismo público à luz das teorias da prática. **Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 20, n. 1, p. 88-98, 2022.

STUART, Toby E.; DING, Waverly W. When do scientists become entrepreneurs? The social structural antecedents of commercial activity in the academic life sciences. **American Journal of Sociology**, v. 112, n. 1, p. 97-144, 2006.

TEIXEIRA, A. A. C.; MOTA, L. **A Bibliometric Portrait of Evolution, Scientific Roots and Influence of the Literature on University-Industry Links. Scientometrics**, v. 93, p. 719-743, 2012.

TIDD, J. BESSANT, K. PAVITT. **Gestão da Inovação.** Integração de mudanças Tecnológicas, de mercado e organizacionais, Lisboa, Monitor (2003).

TRIERWEILLER, A. C.; VEFAGO, Y. B.; PAULA, L. B. University extension and innovative university: an exploratory review in the UFSC institutional repository. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, v. 13, n. 1, p. 19-31, 2022.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

TZKOWITZ, Henry. Research groups as “quasi-firms”: **the invention of the entrepreneurial university**. *Research Policy*, v. 32, n. 1, p. 109-121, 2003.

VAN DER MEER, H. **Open Innovation** – The Dutch Treat: Challenges in Thinking in Business Models. *Creativity and Innovation Management*, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo, Atlas, 2004.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas S.a., 1998.

WÜRZIUS, bernardt. **Empreendedorismo Universitário na Universidade Federal da Fronteira Sul Campus Chapecó**. Chapecó/SC. 2019.