

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: RELATO DA EXPERIÊNCIA DA UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ, CAMPUS PATO BRANCO

Elizandra Machado Follmann¹

Liliane Canopf²

Bianca Ukita³

Neimar Follmann⁴

Resumo: *Apresenta-se neste artigo a experiência do projeto de extensão Educação Empreendedora realizado nos anos de 2017 e 2018 na Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Pato Branco, em parceria com o SEBRAE-PR. A UTFPR é uma instituição de ensino superior com diversas iniciativas em prol da disseminação da cultura empreendedora como disciplinas de empreendedorismo e um programa de incubação com hotel e incubadora para novos negócios baseados em inovação e tecnologia. O projeto relatado contemplou estudantes, professores, servidores e comunidade externa através das etapas de estruturação, gestão, mensuração e avaliação. Foram alcançados objetivos de integração das iniciativas institucionais já existentes, palestras, missão internacional, capacitação de professores, bancas de novos negócios e protagonismo estudantil. Ao longo dos dois anos participaram 4 mil estudantes da Universidade e 10 mil pessoas da comunidade externa. Como legado o projeto criou um Centro de Empreendedorismo para pesquisa e continuidade da disseminação da cultura empreendedora.*

Palavras-chave: Empreendedorismo; Educação Empreendedora; Cultura Empreendedora; Universidade.

ENTREPRENEURIAL EDUCATION: EXPERIENCE REPORT FROM FEDERAL TECHNOLOGICAL UNIVERSITY OF PARANÁ, PATO BRANCO CAMPUS

Abstract: *This article presents the experience of the Entrepreneurial Education extension project carried out in 2017 and 2018 at the Federal Technological University of Paraná - Campus Pato Branco, in partnership with SEBRAE-PR. UTFPR is a higher education institution with several initiatives in favor of the dissemination of entrepreneurial culture as subjects of entrepreneurship and an incubation program with hotel and incubator for new businesses based on innovation and technology. The reported project included students, teachers, civil servants and the external community through the stages of structuring, management, measurement and evaluation. Objectives for integrating existing institutional initiatives, lectures, international missions, teacher training, new business boards and student leadership were achieved. Over the two years, 4 thousand students from the University and 10 thousand people from the external community participated. As a legacy, the project created an Entrepreneurship Center for research and continued dissemination of entrepreneurial culture.*

Keywords: *Entrepreneurship; Entrepreneurial Education; Entrepreneurial Culture; University.*

Introdução

O tema empreendedorismo tem se mostrado pertinente para o desenvolvimento de um país e isso tem sido reconhecido inclusive no Brasil. Nas últimas décadas, estudos sobre empreendedorismo avançaram em termos de visibilidade e importância considerando-se o número de artigos publicados em revistas, jornais e mídia em geral, porém o ensino de empreendedorismo ainda se apresenta controverso, carecendo de uma discussão mais sólida que auxilie no seu amadurecimento e disseminação. Assim, sua aderência e disseminação nas

¹ Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Doutora em Engenharia de Produção & Sistemas.

² Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Doutora em Administração.

³ Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Doutor em Engenharia de Produção.

⁴ Administradora pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

universidades têm se apresentado como um desafio a gestores e professores, pois, com seu foco no desenvolvimento de projetos pessoais e profissionais, a educação empreendedora visa a geração de valores financeiros, sociais e culturais para toda sociedade (ANDRADE e TORKOMIAN, 2001; TAVARES, MOURA e ALVES, 2013; SCHAEFER e MINELLO, 2016).

Apesar do Ensino de Empreendedorismo ter sido um tema debatido, pesquisado e disseminado nas universidades brasileiras a mais de três décadas, tendo inclusive uma Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenos Negócios - ANEGEPE (2020), existe muita divergência no meio acadêmico sobre o que é e qual a possibilidade de educar-se para o empreendedorismo. Em meio a debates e enfrentamentos, o monitoramento de indicadores relacionados ao empreendedorismo no país tem apontado que novos empreendimentos estão surgindo a cada ano, sendo seus empreendedores de diferentes idades e níveis educacionais, muitos iniciando suas atividades em incubadoras de empresas, nas quais podem contar com o apoio e incentivo de várias entidades (IBQP, 2020).

Incubadoras de empresas no Brasil têm dado apoio à criação e desenvolvimento de novos empreendimentos, especialmente aos relacionados à inovação e à tecnologia. Em 1987 foi criada a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores - ANPROTEC, com o intuito de promover capacitação, articulação, geração e disseminação de conhecimento entre seus cerca de 370 associados (ANPROTEC, 2020). Esta iniciativa é um marco para o amadurecimento e disseminação do empreendedorismo pois, para Sveiby (1998), Sabbag (2007) e Girardi (2009), na sociedade do conhecimento a competência e a sabedoria são valores e o poder do gestor deve estar fundamentado no conhecimento, apoio aos colegas, colaboradores e orientações para o futuro e para a inovação.

Com iniciativas como a criação de programas institucionais, o tema empreendedorismo tem ganhado espaço nas universidades, as quais têm dedicado esforços para potencializar a criação e desenvolvimento de novos projetos por meio da chamada educação empreendedora. Em algumas universidades os programas de empreendedorismo compreendem hotéis tecnológicos (fase de pré-incubação) e incubadoras de empresas, que contribuem para o fortalecimento dos atores envolvidos no processo. Este é o caso da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, em seu Campus Pato Branco, UTFPR-PB.

Dado este contexto, o objetivo geral deste artigo é relatar a experiência do Projeto de Extensão Educação Empreendedora na UTFPR-PB, que compreendeu as etapas de planejamento, execução e avaliação. Esse projeto ocorreu por meio de um convênio entre a Universidade e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE-PR. O

projeto teve duração de 2 anos e alcançou um público aproximado de 4 mil estudantes da Universidade e 10 mil pessoas da comunidade externa.

Dentre as principais ações desenvolvidas pelo projeto aqui relatado, estiveram os cursos de modelagem de negócios, capacitação de professores, sincronização de disciplinas de empreendedorismo ofertadas na Universidade e apresentação de planos de negócios em evento com investidores e profissionais do mercado, missões nacionais e internacionais para alunos, professores e técnicos administrativos e o legado para a Instituição de um Centro de Empreendedorismo, composto por um grupo de pesquisa, que permanece atuando em Educação Empreendedora.

O relato de experiência exposto neste artigo corrobora com Godoi, Bandeira-De-Mello e Silva (2010), visto que compreende uma introdução com marco teórico de referência para a experiência. Na sequência traz os objetivos da vivência e expõe as metodologias empregadas para realizar tal experiência, incluindo descrição do contexto e dos procedimentos. Após, apresentam-se os resultados observados e as considerações tecidas. Assim, o presente artigo está estruturado em referencial teórico sobre os temas empreendedorismo, empreendedor, educação empreendedora, seguido do relato do Projeto de Extensão Educação Empreendedora, dos resultados alcançados pelo projeto e das considerações finais.

Empreendedorismo

Para abordar o tema empreendedorismo de uma forma transversal inicia-se com a apresentação do tema inovação. Muitos negócios têm sido criados com ideias inovadoras que mudaram paradigmas estabelecidos de relações de mercado. Um exemplo é o caso do Nubank, uma empresa brasileira do modelo *startup*, pioneira no segmento de serviços financeiros, que atua como operadora de cartões de crédito e banco digital, reconhecida com prêmios internacionais em seu segmento pela aplicação de ideias inovadoras em um segmento de mercado considerado tradicional e maduro (ZOGBI, 2016; DESIDÉRIO, 2016).

O empreendedorismo por meio da inovação ocorre com foco em resultados, promovendo desenvolvimento econômico de organizações que inovam, criam e comercializam novos produtos, serviços e práticas empresariais. Esta forma de empreendedorismo envolve o uso eficaz da inovação para criar novos empreendimentos e iniciativas que geram valor para as organizações (JABEEN, 2010). Para Nicolsky (2008, p.1), “a inovação destina-se a dar mais competitividade a uma tecnologia ou descoberta tecnológica, de um produto ou processo, ampliando a participação da empresa no mercado e, assim, agregando valor econômico e lucratividade”.

Para Peña (2002), os determinantes da sobrevivência e do crescimento de uma nova empresa estão, muitas vezes, relacionados à experiência do empreendedor em negócios e à concorrência do setor. Entretanto, mais do que aspectos facilmente mensuráveis e tangíveis, existem fatores intangíveis que impactam no desempenho empresarial relacionados, especialmente, ao conhecimento dos empreendedores, sua formação e sua vivência empreendedora.

Os fatores tangíveis são observados na estrutura da empresa, na tecnologia que ela utiliza e na organização em si. Os fatores intangíveis estão relacionados à economia do conhecimento, que tem promovido significativas mudanças nas formas de gestão e produção das empresas. Isto é observado em empresas da área de tecnologia, que são vistas como organizações do conhecimento, pois se baseiam no conhecimento para desenvolver e sustentar sua vantagem competitiva. Essa forma de organização depende principalmente do capital humano, ou seja, do empreendedor e de sua equipe (PEÑA, 2002). Para o autor o nível de educação, experiência no negócio e motivação dos empreendedores no momento de iniciar um novo empreendimento, podem afetar positivamente o crescimento da empresa e a sobrevivência do negócio.

De acordo com Machado (2014) o ambiente de criação de novas empresas gera diversas possibilidades de investigação, tais como: criação, gestão, criatividade, desempenho, perfil dos empreendedores, fomento, investidores, entre outros. Esses termos representam um complexo sistema, que se inicia com uma ideia, seja ela decorrente de um insight ou de um processo mais elaborado, passando para a fase de planejamento do negócio, prototipagem e teste do produto no mercado, até o início da comercialização. Quanto mais se progride nesse sistema, mais recursos são necessários para viabilizar o novo empreendimento. Entre eles estão os recursos financeiros que, muitas vezes, levam os empreendedores à busca de investidores. E, pela lógica do mercado, projetos que apresentam maiores chances de sucesso também apresentam maior atratividade aos investimentos. Identificar fatores que contribuam para o sucesso de novos empreendimentos é uma tarefa difícil e ao mesmo tempo desafiadora (HORMIGA, BATISTA-CANINO; SÁCHEZ-MEDINA, 2011).

Assim, um dos desafios para o ensino de empreendedorismo é o estudo da viabilidade do negócio a partir dos ativos intangíveis, ou seja, o capital intelectual humano, estrutural e relacional pois, muitos modelos de negócios ou planos de negócios, não conseguem mensurar os aspectos intangíveis (MACHADO, 2014).

De acordo com Casadesus, Masanell e Ricart (2010, p.107), o modelo de negócio é “a lógica da empresa, a forma como ela funciona e como a mesma cria valor para seus *stakeholders*”. Para Osterwalder e Pigneur (2013), modelo de negócio pode ser visto como a

descrição do valor oferecido por uma empresa para um ou vários segmentos de clientes, bem como a estrutura da organização e sua rede de parceiros, para a criação, comercialização e distribuição desse valor, com o fim de gerar receitas lucrativas e sustentáveis.

Para explorar uma oportunidade visualizada no mercado, o primeiro passo é desenvolver um Plano de Negócio. O plano consiste em desenhar uma nova empresa para atender a um determinado nicho de mercado. Mas apenas pensar em atender ao mercado não é suficiente, existe a necessidade de um olhar diferenciado para as pessoas que comporão esta empresa e suas habilidades, ou seja, o perfil empreendedor, que é a fonte do diferencial para a nova empresa (MACHADO, 2014).

O Plano de Negócio é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros. A existência do Planos de Negócios é uma contribuição para o sucesso da empresa (SALIM et al., 2005; KRAUS e SCHWARZ, 2007). O plano é uma ferramenta que contribui para a gestão do negócio, inclusive gerando conhecimentos em seu processo de elaboração. É recomendado focar, desde o início do seu desenvolvimento, em critérios que possam ser o diferencial competitivo do negócio, como a valorização das pessoas e o conhecimento gerador de riqueza. De acordo com Diáz e Guild (2003), a avaliação de ativos intangíveis nos Planos de Negócios por parte dos investidores está ocorrendo, especialmente em relação a empresas de base tecnológica.

Para melhor gerir empresas nascentes, recomenda-se um estudo prévio do negócio, para adquirir conhecimentos acerca dos diversos elementos que influenciarão o sucesso do empreendimento pois, ao longo da história da sociedade ocidental, ocorreram mudanças significativas na economia ao longo do tempo. A sociedade industrial era focada no tangível, por sua vez a chamada sociedade do conhecimento é baseada em intangíveis. Nesta nova sociedade o conhecimento, a competência e a sabedoria são valores e o poder do gestor é fundamentado no conhecimento, apoio aos colegas, colaboradores e orientações para o futuro e para a inovação (SABBAG, 2007; SVEIBY, 1998; GIRARDI, 2009). A Educação Empreendedora é fruto da sociedade do conhecimento e a ela está vinculada.

O Empreendedor

Os primeiros estudos sobre o perfil empreendedor foram realizados pelo psicólogo David McClelland, que identificou características comportamentais comuns aos empreendedores por ele pesquisados. Ele dividiu as características catalogadas em grupos, que foram assim dispostos: as características relacionadas com a necessidade de realização dos pesquisados foram a busca

por oportunidades e iniciativa, persistência, independência e autoconfiança. Relacionadas com a necessidade de planejamento e resolução de problemas as características de correr riscos calculados, estabelecer metas, buscar informações, planejar e monitorar sistematicamente resultados. E as características de persuasão e redes de contatos e comprometimento formaram o conjunto chamado pelo autor de necessidade de influência (MCCLELLAND, 1972).

Para McClelland, a necessidade de realização é a primeira característica identificada entre os empreendedores considerados por ele como bem-sucedidos. A necessidade de realização consiste em o indivíduo pôr à prova seus limites, sua capacidade e realizar aquilo a que se propôs, sendo sua motivação, em parte, responsável pelo crescimento econômico do empreendimento. A necessidade de afiliação se caracteriza pela preocupação em criar, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas. E a necessidade de poder se caracteriza pela preocupação em exercer autoridade e influência sobre os outros (FONSECA; MUYLDER, 2010).

Para entender melhor sobre o perfil empreendedor, Machado (2014) realizou uma pesquisa sobre com empreendedores de *startups* que foram incubadas, as chamadas graduadas. A pesquisadora considerou empresas de sucesso as que saíram da incubadora e sobreviveram no mercado e de insucesso as empresas que não sobreviveram no mercado. As onze características apontadas pelos empreendedores como sendo responsáveis pelo sucesso ou não das empresas pesquisadas estão listadas a seguir em ordem de relevância, da característica mais importante para a menos importante:

1. Motivação;
2. Comprometimento com a empresa;
3. Interação com incubadora;
4. Interação do empreendedor com outras empresas incubadas;
5. Participação nos cursos oferecidos pela incubadora;
6. Habilidade do empreendedor;
7. Inovação do empreendedor em produção e serviços;
8. Rede de contatos do empreendedor;
9. Experiência do empreendedor e;
10. Formação do empreendedor.

Como pode-se perceber, os empreendedores pesquisados por Machado (2014), apontaram como características menos importantes a formação e a experiência, enquanto que a motivação e o comprometimento com a empresa foram as características apontadas como as mais importantes.

Para os pesquisados, ser um empreendedor de sucesso é ir além de desenvolver, inovar ou criar novos negócios, é empreender em sua própria vida, sonhar, ter metas e desejos pessoais, que lhe deem motivação para concretizar seus objetivos e conseqüentemente, obter sucesso. Concluiu a autora da pesquisa que os padrões de personalidade de um empreendedor exercem influência marcante no sucesso de seu empreendimento (MACHADO et al., 2010).

Guimarães Júnior (2019) destaca que a ação empreendedora vem sendo valorizada no atual cenário econômico, político e social do país, porém, poucos estudos consideram os empreendedores como trabalhadores de fato. Considera o autor que o empreendedor, ao criar o seu próprio negócio, torna-se um agente ativo na modelagem tanto do seu próprio trabalho quanto da organização como um todo. Esta condição possibilita maior liberdade e poder para determinar a divisão das tarefas e responsabilidades, bem como de instituir o modelo de gestão que direcionará as relações de trabalho dentro da organização (GUIMARÃES JÚNIOR, 2019).

De acordo com Schaefer e Minello (2016), o tema do aprimoramento do espírito empreendedor tem sido colocado em destaque nos debates nacionais e internacionais, pois ele pode influenciar diretamente no desenvolvimento social e econômico de um país. Assim, a educação empreendedora tem sido apontada como uma das formas mais eficientes de se difundir a cultura empreendedora e incentivar a formação de novos empreendedores em prol da geração de emprego e renda.

Dessa forma, para gerar mais ações empreendedoras e projetos de novos empreendimentos, têm-se desenvolvido políticas públicas a partir dos governos federais, estaduais e municipais, além das iniciativas de diversas entidades e organizações, que estimulam o empreendedorismo por meio de projetos como o aqui relatado.

Educação Empreendedora

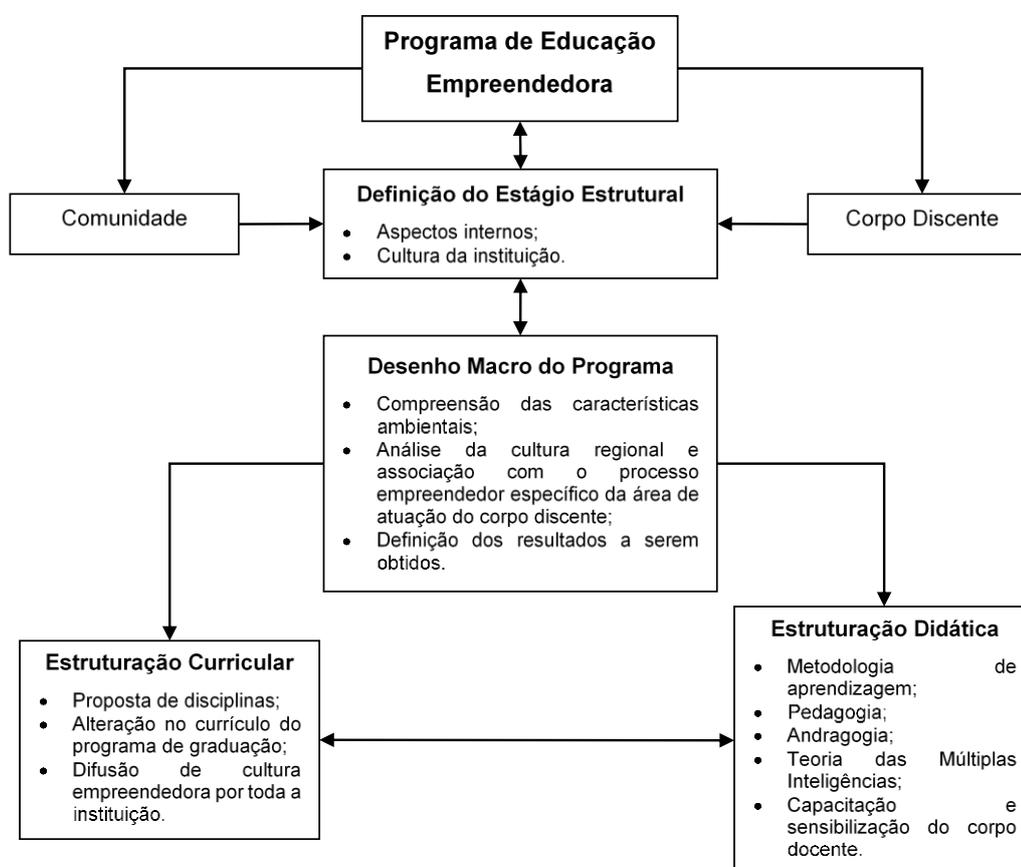
De acordo com Andrade e Torkomian (2001), a Educação Empreendedora é o processo que objetiva o desenvolvimento do ser humano no âmbito da identificação e aproveitamento de oportunidades e sua posterior transformação em realidade, contribuindo na geração de valores financeiros, sociais e culturais para a sociedade.

Para Tavares, Moura e Alves (2013), a educação empreendedora refere-se a instrumentalizar o educando a realizar suas escolhas e contribuir para o fortalecimento de seu projeto de vida, constituindo a preparação do jovem para participar da construção do desenvolvimento social. Nesse processo os educandos desenvolvem habilidades e competências que fortalecem sua liberdade e o despertam para decidir sobre seu futuro. Nessa abordagem pode-se destacar a relevância de todos os atores envolvidos no processo de aprendizagem, ou

seja, alunos, professores e sociedade. Sendo que atributos como educação, experiência, conhecimento e habilidades das pessoas e do empreendedor são recursos críticos para o sucesso de empresas empreendedoras (UNGER et al., 2011).

Na figura 1 apresentam-se, segundo Andrade e Torkomian (2001), os fatores a serem considerados na estruturação de um programa de educação empreendedora em uma instituição de ensino superior.

Figura 1: Fatores para estruturação de programa de educação empreendedora em instituição de nível superior.



Fonte: Andrade e Torkomian (2001, p.310).

Como pode-se visualizar na figura 1, a educação empreendedora é um desafio para as universidades, pois precisa envolver vários atores no processo, tanto da comunidade interna como da comunidade externa à universidade. O tema deve ser explorado em âmbito transversal, estimulando a comunidade em que se insere a universidade a ser mais empreendedora, oportunizando uma transformação social pela geração de emprego e renda.

Para que um projeto de educação empreendedora seja eficaz primeiro precisa-se fazer uma análise do ambiente interno e externo da universidade, para planejar ações contextualizadas de estímulo ao empreendedorismo. De acordo com Andrade e Torkomian (2001), os programas de educação empreendedora podem ser entendidos como a estruturação, gestão e tempo das atividades que tem por objetivo promover o desenvolvimento do espírito empreendedor de seus participantes. Ainda de acordo com os autores, não existe um consenso de como estruturar e implantar um programa de educação empreendedora eficiente.

Quando comparadas as iniciativas de educação empreendedora realizadas no Brasil e no exterior, podem ser identificados diferentes estágios de evolução, principalmente em função de aspectos internos das instituições, como cultura e infraestrutura, e aspectos externos como o mercado de trabalho, políticas públicas e peculiaridades regionais. Ao propor um projeto de educação empreendedora a instituição precisa estar atenta a todos esses fatores influenciáveis no processo de aprendizado além de verificar se a estruturação do futuro programa é coerente com a realidade da proponente (ANDRADE e TORKOMIAN, 2001).

Um ponto consensual entre alguns autores é que a educação empreendedora como tema transversal vai além da sala de aula, ela precisa oportunizar ao aluno integração com a comunidade empresarial externa, contar com a presença de incubadoras de empresas, aceleradoras de negócios, empresas juniores, órgão de fomentos, associações comerciais e empresariais, consultoria, assessoria e treinamento, vivência empresarial na comunidade e integração do corpo docente da instituição (ANDRADE e TORKOMIAN, 2001; TAVARES, MOURA e ALVES, 2013).

De acordo com Costa, Cericato e Melo (2007), o empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações, trabalhando juntas para implementar uma ideia por meio da aplicação de criatividade, capacidade de transformação e desejo de tornar aquilo que comumente se chamaria de risco em algo aplicável e que obtenha retornos, sejam econômicos ou sociais. O ato de empreender pode ser também considerado como o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades e a busca do autoconhecimento, em um processo de aprendizado permanente, com atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas. Para esses autores qualquer pessoa poderia ativar a motivação para empreender.

Para Dolabela (2008) existe diferença entre os métodos tradicionais de ensino e o método chamado educação empreendedora. O autor destaca que a educação convencional enfatiza o conteúdo que é visto como meta, no qual o instrutor repassa seu conhecimento, rejeita o desenvolvimento de conjecturas e pensamentos divergentes, enfatiza o pensamento analítico e linear e todo o processo é conduzido e dominado pelo instrutor. Na educação empreendedora

atua-se de forma diferenciada, com ênfase no processo de aprender e apropriação do aprendizado pelo participante, o instrutor torna-se um facilitador e são os educandos, ou seja, os participantes, que geram conhecimento. Ao potencializar o espírito livre e criativo, o que se sabe pode mudar, as sessões são flexíveis e voltadas a necessidades, os objetivos do aprendizado são negociados, existe a prioridade da autoimagem geradora do desempenho, conjecturas e pensamento divergente são vistos como parte do processo criativo, como também o aumento da racionalidade, as estratégias holísticas, não lineares e intuitivas.

Corroborando com a perspectiva de educação empreendedora de Dolabela (2008), foi desenvolvido e realizado o Projeto de Extensão Educação Empreendedora da UTFPR – *Campus Pato Branco*, experiência que é relatada a seguir.

Projeto de Extensão Educação Empreendedora

Com o objetivo de estimular a cultura empreendedora na região Sudoeste do Paraná, a UTFPR-PB desenvolveu um projeto de extensão denominado Educação Empreendedora. Desde seu planejamento até seu encerramento propôs-se transversal, pois oportunizou aos alunos, além de aprender sobre empreendedorismo, compartilhar e vivenciar experiências junto à comunidade externa à universidade.

A proposta deste projeto ocorreu a partir de uma demanda institucional de participação em um edital do SEBRAE-PR, que viabilizou os recursos para efetivação das ações propostas. No final de 2016 foi submetida a minuta do projeto, que concorreu com outras intuições de ensino superior do Estado do Paraná. Uma vez contemplado, o projeto foi iniciado e a execução das ações propostas iniciadas no ano letivo de 2017 e encerradas em 2018.

Para melhor conhecer o *Locus* da experiência, vale lembrar que nas últimas décadas a administração do município de Pato Branco, região Sudoeste do Paraná, tem realizado diversas ações que visam o desenvolvimento do empreendedorismo (SALA DO EMPREENDEDOR, 2020). Tendo como apoiadores das iniciativas do município o Hotel Tecnológico e a Incubadora de Inovação mantidos pela UTFPR-PB (IUT, 2020) que, dentre as empresas graduadas de seu processo de incubação, conta com empresas de tecnologia que são referência no mercado nacional. Na configuração das ações municipais tem-se também o Parque Tecnológico que, inaugurado em 2019, conta com espaço para novas empresas em diversas áreas de tecnologia.

Especificamente na Universidade Tecnológica Federal do Paraná, *Campus Pato Branco* – UTFPR – PB, diversos cursos de engenharia ofertados pela instituição contam com disciplinas de empreendedorismo em suas matrizes curriculares. Assim, o estudante entra em contato em sala de aula, muitas vezes pela primeira vez, com a evolução histórica e características do

empreendedorismo, além de sua contribuição econômica para a sociedade, instigando e capacitando quem apresenta perfil empreendedor a desenvolver suas aptidões e a criar seu próprio negócio. Uma das dificuldades observada atualmente neste intento é que, devido à amplitude da discussão sobre empreendedorismo e aos obstáculos gerenciais e tecnológicos para a criação de novos negócios, tornou-se necessário um maior número de especialidades a serem ofertadas aos estudantes, tornando hercúlea a tarefa do professor de empreendedorismo. Desta forma, um dos pilares do projeto foi a participação de profissionais do mercado, especializados e empreendedores experientes, para auxiliarem no processo.

Outra limitação observada ao longo do tempo de ensino de empreendedorismo na UTFPR, foi que o aluno só entrava em contato com conhecimento sobre o tema no momento de cursar a disciplina específica de empreendedorismo, o que ocorria muitas vezes quase ao final do seu curso.

Considerando-se os resultados esperados da disciplina, ou seja, pessoas aptas e motivadas a empreender, o tempo de contato dos estudantes com o conteúdo proposto de empreendedorismo mostrou-se insuficiente para desenvolvimento do processo de ensino/aprendizagem e para amadurecimento de projetos empreendedores. Verificou-se que eram necessárias ações contínuas, que permitissem aos estudantes de todo o *Campus* conhecimento sobre as possibilidades para abertura de uma nova empresa. Assim, o projeto educação empreendedora realizado na UTFPR-PB contemplou todos os estudantes e professores dos treze cursos ofertados na instituição, independente dos períodos, além dos técnicos administrativos.

Os participantes do projeto tiveram acesso a capacitações, seminários, palestras e consultorias, com o objetivo de propagar a cultura empreendedora. Especialmente aos professores, com potencial para alinhar o conhecimento técnico dos cursos com novas ideias de negócios, foram oferecidas capacitações para contribuir no despertar do aluno para o empreendedorismo. Os técnicos administrativos da instituição participaram na operacionalização do projeto com oportunidade de aperfeiçoar seus próprios perfis empreendedores.

Como um dos legados do projeto instalou-se na instituição um Centro de Empreendedorismo, que contribui para reduzir a dependência externa de especialistas de negócios, agrupando professores para consolidação do conhecimento sobre empreendedorismo. Assim, a criação do Centro com seu grupo de pesquisa, possibilita a realização de pesquisas e transferência de conhecimento em empreendedorismo para estudantes e comunidade.

O projeto visava atingir três grupos da instituição: os estudantes matriculados em disciplinas de empreendedorismo; os estudantes que não cursavam essas disciplinas; os servidores (professores e técnicos-administrativos). A proposta baseou-se no entendimento de que suas ações tornam possível consolidar o empreendedorismo como uma real oportunidade de desenvolvimento social e econômico.

O processo de Gestão do Projeto baseou-se nas seguintes ações:

1. Estruturação do projeto: consistiu em estabelecer o escopo do projeto composto por 4 fases - planejamento, início, execução e encerramento. Elaboraram-se cronogramas e fluxogramas que permitiram vislumbrar os objetivos propostos. O desenvolvimento da proposta, para concorrer à chamada do edital Educação Empreendedora SEBRAE-PR, foi desencadeada por uma solicitação do Diretor Geral do *Campus* Pato Branco e assumida pela professora das disciplinas de empreendedorismo, que se tornou gestora do projeto em função de suas experiências anteriores em projetos com as mesmas características.

2. Gestão e Monitoramento: o SEBRAE-PR promoveu a capacitação de um pequeno grupo de servidores (professores e técnicos-administrativos) para realizarem a gestão e monitoramento do projeto, mobilização e arregimentação do público alvo e de parceiros. Foram disponibilizados também sistemas de gestão de projetos, de gerenciamento de clientes e de prestação de contas.

3. Mensuração: consistiu na elaboração de controles periódicos e procedimentos necessários à mensuração dos resultados, ou seja, verificação do realizado em relação ao proposto no planejamento do projeto de forma coerente com datas, orçamentos e número de atendimentos aos estudantes. A mensuração ocorreu por meio dos sistemas disponibilizados pelo SEBRAE-PR.

4. Avaliação: equivaleu à revisão de todos os recursos aplicados nas ações com vistas a melhoria de desempenho e ao aumento da efetividade.

A UTFPR-PB disponibilizou a estrutura para instalação do centro de empreendedorismo, onde foram centralizadas as ações de gestão do projeto. O centro de empreendedorismo está localizado na Via do Conhecimento, Pato Branco, no prédio do POLITEC, próximo à UTFPR. Nesse local ocorre o atendimento aos estudantes, professores, empreendedores e sociedade em geral, com o intuito de compartilhar ideias, aproximar estudantes e empreendedores e realizar trocas de experiências.

A estrutura de gestão do projeto consistiu em técnicos administrativos, professores e um estudante do curso de administração como bolsista. Em relação aos processos que o projeto

realizou podem ser divididos em dois processos centrais: os relacionados à gestão do projeto e os relacionados à execução das ações, que são detalhados a seguir.

Ações do Projeto Educação Empreendedora

O projeto Educação Empreendedora UTFPR-PB, que teve a parceira do SEBRAE-PR, foi realizado no período 2017/2018 e consistiu em ações que foram categorizadas em as voltadas à gestão do projeto e as direcionadas ao público-alvo, tanto público interno quanto externo à universidade. O princípio pedagógico norteador foi que ser empreendedor significa alcançar seus objetivos e realizar seus projetos, sejam eles profissionais, como um novo negócio, ou pessoais. Obteve-se aprendizado para estudantes, professores e técnicos-administrativos e foram concretizadas ações que promoveram a interação com a comunidade externa à instituição, como a realização de um evento voltado à divulgação de novas tecnologias.

Dentre as ações realizadas para o público interno da UTFPR-PB, as que visaram a disseminação da cultura empreendedora com a capacitação de professores em maior conhecimento sobre empreendedorismo e inovação, foram as missões internacionais. Essas oportunizaram aos seus participantes uma visão mais ampla acerca do tema, conhecimento de práticas aplicadas a realidades semelhantes à instalada na instituição e formas de transformá-la em um ambiente voltado ao empreendedorismo, no qual é possível sanar dúvidas, compartilhar ideias e engajar os estudantes a se tornarem empreendedores, estimulando o protagonismo estudantil, ou seja, empreendendo em sua própria trajetória acadêmica.

Durante as ações de Gestão do Projeto, o estudante bolsista teve a oportunidade de desenvolver autonomia em todas as ações de gestão. Para tal, utilizou o sistema de gestão de projetos do SEBRAE-PR (SIGEOR) para definir e cumprir as métricas das ações estabelecidas e o sistema de cadastro dos participantes dos eventos (SIAC WEB), com a finalidade de gerir a quantidade de pessoas que foram alcançadas pelas ações do projeto. Também realizou a prestação de contas, abrangendo as despesas, receitas, divisão econômica e financeira no Sistema Preste Contas também fornecido pelo SEBRAE-PR.

Como decorrência de tais atividades, o estudante bolsista adquiriu conhecimento de processos relacionados à contratação de pessoas jurídicas para realização de palestras, capacitações e criação de material para divulgação das ações. Aprendeu sobre a legislação que rege a instituição de ensino, com relação à contratação de serviços, como licitações e suas normas. Desenvolveu conduta profissional no que diz respeito ao relacionamento com os outros estudantes e a equipe de trabalho. Ademais, por meio do projeto educação empreendedora,

oportunizou-se ao estudante bolsista colocar em prática o conhecimento teórico adquirido em sala de aula, como a utilização de ferramentas de gestão de projetos.

Em suma, as ações realizadas na universidade foram: palestra de empreendedorismo em dois tempos; disciplina de empreendedorismo e inovação; cursos de geração de novos negócios; palestra sobre empreendedorismo e inovação; missão internacional; apresentações de planos de negócios e criação do Centro de Empreendedorismo.

Resultados das Ações

As palestras de empreendedorismo na instituição: consistiram em quatro palestras, organizadas pelos estudantes das disciplinas de empreendedorismo. A primeira foi sobre a importância de gestão de projetos. Na segunda, com a temática Egresso Sucesso, os estudantes convidaram egressos do curso de Tecnologia de Análise e Desenvolvimento de Sistemas Gerenciais para uma mesa redonda. A terceira discutiu sobre as mídias sociais. E a quarta foi sobre Gestão 3.0, na qual o empreendedor da empresa Softfocus apresentou o processo de implantação desse modelo de gestão em sua empresa. Destaque-se que a empresa Softfocus é uma empresa graduada da incubadora da universidade.

Todas as palestras alcançaram a lotação máxima do auditório da instituição, cuja capacidade é para 300 pessoas. Duas palestras ocorreram como aula inaugural de seus cursos de graduação e duas foram realizadas como fechamento das disciplinas empreendedorismo, todas tiveram como dinâmica de ensino o estímulo aos estudantes para empreender.

Disciplina de empreendedorismo e inovação: ofertou-se curso de capacitação sobre empreendedorismo e inovação aos professores dos diversos cursos da UTFPR-PB, com a finalidade de o tema atingir mais estudantes. O curso foi ofertado na data de 28 de fevereiro e 01 e 02 de março de 2018, com duração de 24 horas, contemplando os seguintes módulos: empreendedor; o empreendedor e as oportunidades do mercado; modelo de negócios e; plano de negócios. O curso contou com 12 participantes.

Cursos de geração de novos negócios: foram cursos ofertados aos estudantes da UTFPR-PB que consistiram na apresentação e ensino da utilização do recurso CANVAS (modelagem de negócios). Foram realizados quatro cursos, um no início de cada semestre das disciplinas de empreendedorismo de 2017 e 2018, que totalizaram a participação de 100 estudantes.

Apresentações de planos de negócios: os planos de negócios, que fazem parte do conteúdo da disciplina de empreendedorismo, são desenvolvidos pelos estudantes a cada semestre. Ao final de cada semestre foram realizados concursos de melhores planos, aos

primeiros colocados foram oferecidas viagens como prêmio. Os estudantes podiam optar em visitar um centro de empreendedorismo e incubadoras ou ir a eventos voltados a empreendedores. Também foram oferecidas vagas na incubadora e hotel tecnológico da instituição.

No ano de 2017 e 2018 aconteceram quatro eventos de apresentação de plano de negócios, que contaram com a participação e apresentação de mais de 50 equipes (ideias de negócios). Os mesmos foram avaliados por professores, especialistas de diferentes áreas técnicas, empresários e investidores.

Missão Internacional: consistiu em os integrantes do projeto obterem experiências internacionais, visitando centros de empreendedorismo, para que práticas aplicadas em diversos locais pudessem ser futuramente aplicadas à UTFPR-PB. Em uma missão internacional participaram a bolsista, estudante do curso de administração, e a técnica administrativa do projeto. Essa missão ocorreu em Portugal e foram visitados sete ambientes com boas práticas em ensino, apoio e desenvolvimento de empreendedorismo: Lispolis, BGI Lisboa, Startup Lisboa, IPN (Instituto Pedro Nunes) Coimbra, o Departamento de Propriedade Intelectual do IPN Coimbra, Porto Design Factory e também a UPTEC Porto. A participantes relataram que os lugares visitados se assemelham com o processo realizado atualmente na UTFPR-PB (Incubadora e Centro de Empreendedorismo), mas apresentam também algumas particularidades em relação à cultura empreendedora instalada e estão obtendo resultados significativos.

Foram realizadas mais duas missões internacionais para diferentes países, das quais participaram dois professores do curso de administração da instituição, integrantes do projeto. A primeira missão visitou as cidades de Mannheim e Stuttgart na Alemanha e Milão na Itália. A segunda missão visitou as instituições do MIT, Harvard, Babson College, Olin College, entre outros lugares na cidade de Boston. As missões trouxeram uma perspectiva do que se pode implantar e melhorar nos processos e práticas desenvolvidos atualmente na UTFPR-PB. Ao retornar à instituição, os participantes das missões relataram suas experiências durante a missão internacional e a visão de mercado observada nos locais visitados para 436 estudantes.

O Centro de Empreendedorismo: é um local de fomento ao empreendedorismo, com a criação de materiais para divulgação, desenvolvimento de ações e atividades voltadas aos possíveis empreendedores, atividades para os estudantes em geral, criação de um site, grupo de pesquisa em inovação e empreendedorismo e apoio à incubadora e hotel tecnológico da universidade. Sua inauguração foi realizada no mês de dezembro de 2018. Ele está com suas atividades de atendimento em ação, sendo demandado por alunos e comunidade externa. Um aspecto que contribui para a integração do projeto e do centro de empreendedorismo é o fato do

mesmo estar localizado no mesmo espaço físico da incubadora e hotel tecnológico da universidade, o que tem gerado interação e sincronização de ações.

Palestras externas: foram realizadas palestras com o tema empreendedorismo e inovação, a fim de proporcionar experiências únicas à sociedade. Essa ação foi patrocinada pelo projeto educação empreendedora e executada por estudantes do 4º ano do curso de Administração da UTFPR-PB e integrantes do projeto. Existe no curso de administração da instituição um projeto que vem sendo executado há mais de 6 anos pelo professor da disciplina de gestão do conhecimento, no qual são aplicadas metodologias para estimular os alunos a colocarem em práticas seus conhecimentos de administração.

Os estudantes, com apoio financeiro do projeto educação empreendedora, escolheram planejar e executar em 2017 e 2018 essa ação do projeto. Eles realizaram o evento chamado TECSUL. Este evento municipal de visão tecnológica e empreendedora envolve a participação de acadêmicos, professores, empresas, organizações e demais instituições de ensino superior do município. Voltado à disseminação de tecnologia e inovação, o evento é proposto e realizado pelos alunos do 4º ano do Curso de Graduação em Administração da UTFPR – Campus Pato Branco, juntamente com a Secretaria Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação da Prefeitura Municipal de Pato Branco, entre outros parceiros.

Em 2017 as ações previstas pelo projeto educação empreendedora executadas dentro do V TECSUL, consistiram em palestras em três dias do evento, com público de 1.200 estudantes da UTFPR e mais 5 mil pessoas da comunidade externa. As principais atrações foram: Marcelo Negrão, trazendo a trajetória do esporte (vôlei) e também sua experiência como empreendedor; Iberê Thenório, *digital influencer*, que trouxe suas experiências à frente da plataforma YouTube e de sua empresa de comunicação; e Thedy Corrêa com um *workshow* com ênfase no empreendedor musical.

No TECSUL de 2018 a temática consistiu em “Empreender, conhecer e inovar”, somente na noite de abertura participaram mais de mil pessoas. Com as palestras de Rafael Henzel, “Viva como se estivesse de partida” e Suresh Babu, “Inteligência artificial e cidades inteligentes”. Alguns relatos sobre o evento:

O representante dos acadêmicos do 4º ano do curso de Administração da UTFPR – Câmpus Pato Branco, Renato Gardaz, afirma que é muito bom poder participar da organização. “É uma ótima oportunidade para colocarmos em prática todos os conhecimentos, além de aprendermos muito ao realizarmos o evento. Então, estamos muito felizes em vermos todas essas pessoas participando”, ressaltou ele (PATO BRANCO, 2020).

Como representante da Prefeitura Municipal de Pato Branco, um dos parceiros do evento, o secretário de Ciência, Tecnologia e Inovação, Géri Natalino Dutra, assim falou:

Queremos gerar oportunidades para expandir horizontes, incluindo os mais diversos públicos neste processo. Por isso, as parcerias são tão importantes, pois para alcançar a magnitude é necessário termos apoio e trabalharmos com compromisso, pensando sempre no futuro da nossa cidade e região (PATO BRANCO, 2020).

Ressaltando as oportunidades que eventos como o realizado oferece à população, o Prefeito municipal Augustinho Zucchi também se pronunciou:

Uma sociedade só se desenvolve plenamente, com igualdade no acesso ao conhecimento. É isso o que evento propõe, uma programação gratuita voltada a desenvolver as mais variadas habilidades, compartilhando informações e gerando resultados que beneficiem toda a comunidade. Consolidando Pato Branco enquanto cidade inteligente, empreendedora e inovadora (PATO BRANCO, 2020).

A representante da UTFPR, diretora de Graduação e Educação Profissional professora Nilvânia Aparecida de Mello, manifestou sua satisfação ao ver tantas pessoas reunidas em busca de conhecimento:

A UTFPR de Pato Branco está completando 25 anos, nos quais, mais de 10 mil acadêmicos foram formados, tornando-se embaixadores da instituição e eu acredito, analisando por este evento, que são pessoas que fazem a diferença no meio onde cada uma está, pois o TECSUL é a materialização de um sonho e representa muito bem o quanto nossa cidade acredita e investe em conhecimento (PATO BRANCO, 2020).

O representante do parceiro SEBRAE-PR, Elizandro Ferreira, chamou a atenção para o número de participantes do evento:

Foram vários encontros para prepararmos toda a programação, sempre pensando na coletividade, e o resultado é este: “casa cheia”, ou seja, a nossa convergência de esforços maximiza os resultados (PATO BRANCO, 2020).

No parecer da professora gestora do Projeto Educação Empreendedora, um resultado importante para a instituição foi a possibilidade de viabilizar o pagamento das palestras focadas em empreendedorismo com palestrantes reconhecidos nacionalmente. Ela destaca em seu relato o orgulho de ver os alunos engajados em uma atividade considerada complexa, com riscos de não conseguir público após um alto investimento para viabilizar o evento TECSUL. No entanto, foi um sucesso e recorde de público, sendo que o local das palestras ficou lotado todas as noites. Outro ponto interessante foi a repercussão do evento na comunidade externa à UTFPR-PB, que compareceu massivamente as palestras, comentou ativamente o evento nas redes sociais e gerou reportagens locais e regionais. Destaque para uma das noites em que o público foi formado por crianças de escolas municipais, acompanhados de seus pais e professores. Todos estes

diferenciais foram possíveis em função da captação de recursos via o projeto educação empreendedora que possibilitou excelentes palestras, sendo todas gratuitas, configurando uma forma de empreender na universidade com olhar na aplicação para a sociedade.

Isso corrobora com a visão de Oliveira, Melo e Muylder (2016) em que a educação empreendedora, além do desenvolvimento do empreendedorismo tradicional, voltado para a idealização, a criação, a abertura de empreendimentos e gestão de novos negócios, deve abranger o empreendedorismo social e a inovação social, que possuem foco em alcançar também resultados e benefícios que contribuam com a esfera social, ambiental, econômica e cultural.

Ações previstas de 2019

O Centro de empreendedorismo em 2019 firmou uma parceria interna com o Departamento de Educação da instituição para estimular o protagonismo estudantil na UTFPR-PB, com viés de educação empreendedora. Existe na instituição um projeto voltado a estimular os estudantes em seu planejamento e organização da vida estudantil, com o intuito de diminuir reprovações e desistências. Esse projeto intitulado “Ato de Estudar como Processo Autorregulatório” consiste em apoio pedagógico organizado pela pedagoga e a psicóloga do Núcleo de Acompanhamento Psicopedagógico e Assistência Estudantil - NUAPE. Domingues e Farias (2018, p. 8) destacam que:

O Ato de Estudar como Processo Autorregulatório, o qual foi orientado no sentido de possibilitar uma instância de discussão com acadêmicos, com questões sobre estratégias e processos de autorregulação da aprendizagem, de modo a auxiliá-los para enfrentarem as suas tarefas de aprendizagem com maior qualidade e profundidade. O projeto foi embasado no livro *Cartas de Gervásio ao seu Umbigo*, produzido em 2006. Cada carta está organizada em torno de um conjunto de estratégias de autorregulação da aprendizagem: (i) estabelecimento de objetivos; (ii) organização do tempo; (iii) tomada de apontamentos; (iv) como vencer a procrastinação; (v) lidar com a ansiedade frente às avaliações; (vi) estratégias de memorização da informação; (vii) o estudo para diferentes tipos de provas.

A contribuição do Centro de Empreendedorismo foi potencializar em cada carta do livro sua relação com o perfil empreendedor do estudante. Foram realizados encontros semanais para promover debates das cartas e dinâmicas para estimular os alunos a aprimorar seu perfil empreendedor, seja ele para empreender em sua graduação ou pensar em ideias de negócios.

De modo geral, o Projeto Educação Empreendedora apresentou muitos retornos objetivos e subjetivos, como o aprendizado dos estudantes e a possibilidade de se tornarem protagonistas do processo de empreender. Para a incubadora e hotel tecnológico da universidade, que apoiaram a execução das palestras internas na instituição, bem como as bancas de apresentações dos planos que negócios, pôde-se oportunizar acesso a melhores propostas para fazer parte do

processo de incubação. Outra conquista do projeto foi o aumento de interessados em participar do edital de seleção da incubadora e do hotel no início do ano de 2019. Muitos alunos relataram que se inspiraram nas palestras e nos estímulos dado pelos professores para apresentarem suas propostas.

Permanece como desafio para instituição, professores e alunos manter a disseminação da cultura empreendedora. Ao finalizar o projeto, professores, alunos e técnicos administrativos encontram-se engajados no processo e almeja-se que essa disposição se perpetue para auxiliar tanto os alunos, a incubadora, o hotel tecnológico e a sociedade em geral e contribua para o desenvolvimento da região a partir de tecnologias inovadoras, uma vez que a instituição de ensino estudada tem vocação tecnológica.

Considerações finais

Pode-se concluir que o tema empreendedorismo tem se apresentado relevante na literatura e no mercado e diversos atores relacionados ao processo de empreender tem dedicado esforços para a divulgação e fortalecimento do mesmo. Esse tema tem-se mantido no meio acadêmico em função do seu potencial para ajudar no desenvolvimento econômico do país, originando novas correntes teóricas com discussões sobre a melhor forma de propagar e ensinar empreendedorismo nas escolas e universidades, gerando a denominada educação empreendedora.

A educação para empreender vai além do processo em sala de aula, fugindo do método tradicional de ensino, no qual o estudante apenas recebe informações do professor para depois aplicar o conteúdo aprendido. As teorias de educação empreendedora destacam que é preciso extrapolar este modelo, o processo de aprendizagem precisar sair da sala de aula, implementando uma transformação transversal nas práticas docentes, dando aos estudantes acesso as demandas da sociedade em geral e do mercado especificamente, para visualizar demandas e oportunidades de novos negócios inovadores. Um novo processo de ensino e aprendizagem que oportuniza transformação pessoal, profissional e social.

Esse olhar abre espaço para novos métodos de ensino em que o estudante é o protagonista do processo, gerando satisfação em pertencer e empreender. É nesse contexto que foi assumido, planejado e executado o Projeto Educação Empreendedora na Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, *Campus* Pato Branco, apresentado nesse artigo em forma de relato de experiência.

Como fruto do projeto, foi possível apresentar aos estudantes, professores e técnicos-administrativos, empreendedorismo de uma forma inovadora e prática. A ação que se

concretizou na realização do evento TECSUL, teve seu planejamento e execução realizados por aproximadamente 100 estudantes dos 4º anos do Curso de Graduação em Administração dos anos letivos de 2017 e 2018. No processo os estudantes alcançaram o envolvimento com a comunidade empresarial regional, com a Secretaria de Ciência e Tecnologia do município de Pato Branco, com o SEBRAE-PR Regional Sul, escolas, universidades, palestrantes e outros parceiros locais e regionais. Foi observado que o projeto e a disciplina de Gestão do Conhecimento (parceira na concretização desta ação) trouxeram novas perspectivas e uma nova abordagem pedagógica diferenciada em que o estudante foi o protagonista, desenvolvendo a criatividade, tolerância a correr riscos calculados, cultivando competências sócio emocionais e aplicando conceitos de administração de negócios como criação de valor, gestão de custos, marketing, logística, entre outros.

O público alcançado ao longo da realização do projeto foram 4 mil estudantes da UTFPR-PB, em torno de 100 servidores e aproximadamente 10 mil pessoas da comunidade externa à Universidade.

Referências

- ANDRADE, R. F; Torkomian, A. L. V.. Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em Instituições de Ensino Superior. ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS - **Egepe**, Londrina. Anais... Paraná. 2001.
- ASSOCIAÇÃO Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores - **Anprotec**. Página institucional. Disponível em: <http://anprotec.org.br/site/sobre/>. Acesso em: 15/03/2020.
- ENCONTRO Nacional de Engenharia de Produção – **Anegepe**. Página Institucional. Disponível em <http://www.anegepe.org.br>. Acesso em 15/03/2020.
- CASADESUS-MASANELL, R.; RICART, J. E.. From Strategy to Business Models and onto Tactics. **Long Range Planning**, v. 43. 2010.
- COWDEAN, S.; WHITBY, P.; BRADLEY, L; McGowan, P.. Entrepreneurial learning in practice: The impact of knowledge transfer. **Industry and Higher Education**. Vol.33(1) 30 – 41.2019.
- DIÁZ, H. De L; GUILD, P. D.. Using repertory grid to identify intangibles in business plans. **Venture capital**, v. 5, n. 2, p. 135-160. 2003.
- GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R; SILVA, A. B.. (Orgs.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- GUIMARÃES JÚNIOR, E. H.. Como os empreendedores trabalham: Uma leitura psicodinâmica da organização do trabalho de um grupo de empreendedores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. ISSN 2316-2058, ISSN-e 2316-2058, Vol. 8, Nº. 1. 2019.
- FONSECA, G. C.; MUYLDER, C. F.. Auto-percepção do Perfil McClelland: um estudo de caso Empretec Manhuaçu. **Ciências Sociais em Perspectiva** (Eletrônica), v. 9, p. 1-13, 2010.
- GIRARDI, D. M.. **O Compartilhamento dos Processos de Recursos Humanos: uma contribuição para a Gestão do Conhecimento organizacional**. 2009. 184 fs. Tese (Doutorado em

Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2009.

HORMIGA, E.; BATISTA-CANINO, R. M.; SÁCHEZ-MEDINA, A.. The Impact of Relational Capital on the Success. **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 4, p. 617–638. 2011.

IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **Global Entrepreneurship Monitor - GEM**. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br>. Acesso em 15/04/2020.

IUT. **Incubadora de Inovações UTFPR** . Página Institucional. Disponível em: <http://pb.utfpr.edu.br/incubadora/>. Acesso em 29/03/2020.

JABEEN, M.. **Innovative entrepreneurship**: Alumni Organization of Internacional Relations of international relations department, university of Balchistan. Internaticional Conference on Information Management and Enginneering (ICIME) p.530-532. 2010.

KRAUS, S.; SCHWARZ, E.. The role of pre-start-up planning in new small business. **International Journal of Management and Enterprise Development**. v. 4 n. 1, p. 1-17. 2007.

MACHADO, E.; BRAGA, V. A.; GONÇALVES, E. G.; PEREIRA, I. R; NASPOLINI, M. D. S.. A Determinação de um Empreendedor de Sucesso. In: Édis Mafrá Lapolli; Ana Maria Benciveni Franzoni; Vitória Augusta Braga. (Orgs.). **Vitrine de Talentos notáveis em Santa Catarina**. Florianópolis: Pandion, v. 1, p. 91-119. 2010.

MACHADO, E.. **Modelo de análise da influência do capital intelectual no sucesso de startups incubadas**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. 2014.

MCCLELLAND, D. C.. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: **Expressão e Cultura**. 1972.

MIZUKAMI, M. G.. **Ensino**: as abordagens do processo. São Paulo: EPU, 1986.

NICOLSKY, R.. **Os desafios para transformar conhecimento em valor econômico**. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/cientec/cientec12.htm>>. Acesso em: 22 set. 2008.

OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. O. L.; MUYLDER. C. F.. Educação empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. **Revista Administração em Diálogo – RAD**. São Paulo, v. 18, n. 1, p. 29-56, jan./abr. 2016.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.. **Business Model Generation**: Inovação em Modelos de Negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.

PATO BRANCO. Notícias. Página Institucional. Disponível em: <http://www.patobranco.pr.gov.br/noticias/tecsul/municipio-e-parceiros-realizam-abertura-do-tecsul-2018/>. Acesso em 15/04/2020.

PATO BRANCO. Sala do Empreendedor. Disponível em www.patobranco.pr.gov.br/saladoempreendedor/. Acesso em 15/04/2020.

PEÑA, I. Business Incubation Centers and New Firm Growth in the Basque Country. **Small Business Economics**, v. 22, 2002. p. 223–236.

PEÑA, I. Intellectual capital and business start-up success. **Journal of Intellectual Capital**, v. 3, n. 2, 2004. p. 180–198.

SABBAG, P. Y.. **Espirais do conhecimento**: ativando indivíduos, grupos e organizações. São Paulo: Saraiva. 2007.

SALIM, C. S.; HOCHMAN, N.; RAMAL, A. C.. **Construindo Planos de Negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SCHAEFER, R; MINELLO, I. F.. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (UFF)**, v. 10, 2016. p. 60-81.

SVEIBY, K. E.. **A Nova Riqueza das Organizações**: gerenciando e avaliando Patrimônios do Conhecimento. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TAVARES, C. M.; MOURA, G. L. de; ALVES, J. N.. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, n. 188, 2013, p. 1-8.

UNGER, J. M. et al. Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. **Journal of Business Venturing**, v. 26, n. 3, 2011. p. 341–358.

Recebido em 21/04/2020 – Aprovado em 15/06/2020.