UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Instituto de Ciências Agrárias
Curso de Graduação em Administração

Vitor Fonseca Oliveira

EMPREENDEDORISMO NO AMBIENTE ACADÊMICO: uma análise da percepção de integrantes do núcleo de empreendedorismo universitário da UFMG

Montes Claros
2023

Vitor Fonseca Oliveira

EMPREENDEDORISMO NO AMBIENTE ACADÊMICO: uma análise da percepção de integrantes do núcleo de empreendedorismo universitário da UFMG

Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado ao curso de Administração da Universidade Federal de Minas Gerais – *Campus* Regional Montes Claros, como requisito parcial para o grau de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Junio Cota Silva
Coorientador: Prof. Dr. André Luiz Mendes Athayde

Montes Claros

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Instituto de Ciências Agrárias
Curso de Graduação em Administração

EMPREENDEDORISMO NO AMBIENTE ACADÊMICO: uma análise da percepção de integrantes do núcleo de empreendedorismo universitário (neu) da UFMG

Vitor Fonseca Oliveira

Trabalho de Conclusão de Curso II aprovado pela Banca Examinadora constituída pelos membros:

Prof. Dr.Fausto Makishi – ICA/UFMG

Prof. Dr. Handerson Leonidas Sales – ICA/UFMG

Prof. Dr. Junio Cota Silva - Orientador ICA/UFMG

Prof. Dr. André Luiz Mendes Athayde - Coorientador ICA/UFMG

Montes Claros-MG, 22 de novembro de 2023

Dedico este trabalho de pesquisa á minha família. Sua grande grande confiança e fé sempre foram meus principais pilares para conclusão de qualquer projeto, mesmo durante os momentos mais difíceis.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ser o meu sustento e esperança, que permite uma vida dedicada á cumprir os seus desígnios.

Aos meus colegas de graduação e participantes do Núcleo de Empreendedorismo Universitário da UFMG Campus Montes Claros que me permitiram trocas de experiência que me formaram como profissional e nortearam a minha carreira. Aos professores Junio Cota e André Luiz Athayde pelo acompanhamento e dedicação para realização deste trabalho.

“Não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo”.

Peter Drucker

RESUMO

As Instituições de Ensino Superior (IES) enfrentam comumente barreiras de aprendizagem para preparar discentes quanto à preparação para ingressar no mercado como empreendedores. Nesse sentido, o objetivo do presente estudo foi analisar a percepção de discentes a respeito da aprendizagem empreendedora a partir do contato com o Núcleo de Empreendedorismo Universitário (NEU). Adotou-se uma pesquisa de abordagem qualitativa exploratória, utilizando o estudo de caso como procedimento principal, por meio de documentação indireta, pesquisa documental e a bibliografia, com vistas a acessar documentos, registrar estruturas organizacionais e conhecer as fontes que serviram de alicerce para o desenvolvimento e manutenção desse movimento. Para tanto, realizaram-se quatro entrevistas semi-estruturadas, duas com ex-participantes e duas com novos bolsistas a fim de captar, com clareza, os impactos na aprendizagem empreendedora desses discentes proporcionada pelo NEU. Os dados foram analisados pela Análise de Conteúdo com abordagem interpretativa. Dentre os achados, os resultados das entrevistas apontam que os entrevistados se sentem satisfeitos com os aprendizados proporcionados pelo NEU, pontuando o desenvolvimento de habilidades empreendedoras vistas como cruciais para o desempenho de suas atividades profissionais, até mesmo assumindo um caráter de formação complementar à graduação. Ademais, cabe destacar que a ascensão e popularização do empreendedorismo, conjuntamente a criação de novos negócios tem sido uma opção para recém-graduados ou acadêmicos que desejam ingressar no mercado de trabalho. Dessa forma, o desenvolvimento de habilidades empreendedoras nas instituições de ensino superior se torna cada vez mais relevante, o que torna necessário compreender a percepção de participantes de movimentos que fomentem o empreendedorismo em universidades para que seja possível otimizar a forma pela qual o fomento ao empreendedorismo ocorre nesse contexto e replicar em outros ambientes universitários.

Palavras-chave: empreendedorismo; discentes; mercado de trabalho; Núcleo de Empreendedorismo Universitário.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Caracterização dos entrevistados 28

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM	*Global Entrepreneurship Monitor*
IBPQ	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
IES	Instituição de Ensino Superior
NEU	Núcleo de Empreendedorismo Universitário
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **11**

2 REFERENCIAL TEÓRICO **13**

2.1 Empreendedorismo 13

2.2 Comportamento empreendedor 17

2.3 Universidade Empreendedora e Tríplice Hélice 20

2.4 *Startups* e o ecossistema de criação de empresas inovadoras 22

3 METODOLOGIA **24**

3.1 Caracterização da pesquisa 24

3.2 População e amostragem 25

3.4 Análise de dados 26

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO **27**

4.1 Organização do Programa de extensão NEU 27

4.2 Caracterização dos entrevistados 28

4.3 Experiências proporcionadas 28

4.4 Habilidades empreendedoras fomentadas 32

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS **36**

REFERÊNCIAS **38**

APÊNDICE **40**

1 INTRODUÇÃO

A cada dia, o empreendedorismo se consolida como fator de geração de renda e propulsor de economias mundiais. Contando com mais de 53 milhões de empreendedores no Brasil, segundo pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realizada em 2019, o fato de empreendedores iniciarem um novo negócio não é associado a um agente isolado, uma vez que a motivação de empreendedores iniciais é uma resposta a diversos fatores como: continuidade de uma tradição familiar, geração de renda, fazer diferença no mundo ou servir de alternativa para escassez de oportunidades no mercado de trabalho. Motivados por esses fatores, ainda de acordo com a GEM, cerca de 47,9% desses novos empreendedores se dedicam exclusivamente ao seu empreendimento, sem ocupações paralelas.

Assumindo riscos para atender as demandas do mercado com o seu negócio, os empreendedores enxergam, nessa atividade, uma forma democrática de atender as suas motivações, sejam elas adquirir uma nova fonte de renda, conduzir um negócio familiar ou até mesmo tirar uma ideia inovadora do papel. Em diversos casos, como na prestação de serviços, a barreira de entrada é pequena, visto que, para empreender, não é exigida formação, altos investimentos e, muitas vezes, a burocracia de abrir um negócio é contornada por empresas que se mantêm no mercado de maneira informal (LEZANA, 2017).

Apesar disso, o Brasil ainda ocupa a 138ª colocação de 190 economias mundiais avaliadas no quesito de abertura de novas empresas em 2019 de acordo com o Banco Mundial presente na pesquisa GEM. A maior parte dos negócios não formalizados ainda aponta não ver necessidade de uma formalização ou o custo do processo como as principais razões que levam os seus negócios a se manterem irregulares.

Paralelamente, ainda existe um crescente discurso popular de que a educação financeira e habilidades empreendedoras podem preparar as gerações futuras para o melhor aproveitamento de recursos e geração de renda. Essa tônica torna o discurso a respeito de "como ensinar a empreender?" cada vez mais relevante à medida que empreendedores tentam transmitir o seu conhecimento em canais particulares de comunicação na internet, instituições de ensino buscam adequar grades curriculares a essa nova demanda, a iniciativa pública cria programas de apoio e fomento a novos negócios etc. O mundo já entendeu que empreender é necessário e que o conhecimento é a "peça chave" para impulsionar essa nova maneira de pensar (LEZANA, 2017).

A principal barreira para utilizar o conhecimento como propulsor do empreendedorismo está no fato de que esse movimento está mais associado esse movimento

associa-se a aplicação prática de um conjunto de conhecimentos teóricos, o que faz com que os ambientes acadêmicos precisem criar espaços de aprendizagem para além das salas de aula, com o objetivo de fornecer base para que discentes, docentes e comunidade tenham resultados positivos ao empreender.

O presente estudo busca contribuir com o conhecimento a respeito desse tema, ao produzir uma pesquisa que analisa a percepção de discentes a respeito da aprendizagem empreendedora a partir do contato com o Núcleo de Empreendedorismo Universitário (NEU). O Núcleo de Empreendedorismo Universitário (NEU) é um projeto de extensão que tem como o objetivo incentivar o pensamento empreendedor, desenvolvendo habilidades essenciais para a inovação e criação de negócios, através de experiências práticas de alunos em contato com a comunidade. Entender as estruturas que serviram como base do NEU e os resultados gerados por esse ambiente é um importante passo para a perpetuação e melhoramento de ações de incentivo ao empreendedorismo em instituições de ensino superior.

Para tanto, empreendeu-se na pesquisa a observação participante, a qual possui fundamental importância no objeto do estudo realizado, posto que a pesquisa participante valoriza a interação social e deve ser compreendida como o exercício de conhecimento de uma parte com o todo (Queiroz; Vall, 2007).

A seguir, apresentar-se-á a fundamentação teórica do presente estudo, abordando os temas de empreendedorismo, comportamento empreendedor e startups. Logo após, apresentar-se-ão os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, tais como a caracterização da pesquisa, a amostragem, o instrumento de coleta de dados e a técnica de análise de dados. Em seguida, serão apresentados os resultados provindos da interpretação do conteúdo textual das entrevistas, os quais serão discutidos à luz da teoria e, por fim, as considerações finais da pesquisa, com sugestão de estudos ulteriores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Em primeiro plano cabe tecer uma análise acerca do empreendedorismo, estudando sua origem, bem como a conceituação do termo, a fim de que se possa observar sua evolução até os dias atuais.

Acerca da criação do termo empreendedorismo, denota-se que possui diversas definições e níveis de abrangência, sendo difícil apontar com assertividade quem criou o termo. Contudo, Joseph A. Schumpeter foi um dos primeiros autores a cunhar com clareza uma definição que se aproxima mais do que entendemos por "empreendedorismo", ao falar que empreender é inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade, território, onde o empreendedor atua: novo ciclo de crescimento, capaz de promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo (Schumpeter, 1985).

Dornelas (2005) aponta que a cronologia da definição de empreendedorismo não apresenta ligação com as ações empreendedoras, uma vez que, muito antes de existir uma definição clara, ações empreendedoras já podiam ser vistas. Para ele, uma das primeiras demonstrações de empreendedorismo que pode ser registrada foi no século XV, quando o aventureiro Marco Polo estabeleceu contrato com capitalistas que financiavam suas navegações à Ásia em busca de melhores rotas e da comercialização das mercadorias de seus contratantes. As atividades comerciais desempenhadas por Marco Polo podem ser confirmadas pela origem etimológica da palavra Empreender, que segundo Degen (2009) deriva do inglês *entrepreneur*, que, por sua vez, vem do termo do francês antigo "entreprendre", uma palavra formada pelas palavras entre – do latim inter, que significa reciprocidade – e preneur – do latim prehendre, que significa comprador, ou até mesmo uma simples espécie de intermediário.

Noutro giro, segundo Silveira (2017) o termo empreendedorismo foi consolidado no século XIX, porém as atividades eram vistas apenas economicamente, o que causava dificuldade em diferenciar os empreendedores dos empresários. Mas o diferencial surgiu quando as pessoas conseguiram pegar um produto básico e comum no mercado, achar pontos que pudessem ser melhorados, modificando-os esteticamente e fazer com que eles fossem mais funcionais e eficientes; outros buscaram inovar na contenção de custos, na qualidade e na velocidade de entrega do produto.

O empreendedorismo consiste no processo no qual indivíduos transformam ideias em oportunidades, a fim de gerar riqueza. A inovação, por sua vez, é o processo por meio do qual novos produtos e serviços ou processos são implementados; também visa à continuidade do negócio e a geração de receita chave para o crescimento econômico e o desenvolvimento social baseados no conhecimento. Assim, a novidade necessária à inovação consiste na principal diferença entre os termos. Com isso, nem todos os empreendedores são inovadores, como destacado por alguns conceitos referentes ao empreendedorismo (Souza, 2019).

O empreendedorismo pode ser conceituado como:

> [...] a capacidade de antever-se aos fatos e criar oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor soluções inovadoras; fomento do crescimento econômico; avaliar alternativas e calcular riscos deliberadamente, agir para reduzir os riscos ou controlar os resultados e coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados; encontrar maneiras de fazer as coisas de forma eficiente e eficaz, buscando atingir padrões de excelência; agir diante de obstáculos sem desistir do propósito; inovação; explorar novas ideias com sucesso gerando aumento de faturamento, acesso a novos mercados, aumento das margens de lucro, entre outros benefícios (Rosa, 2020, p.14).

Nesse contexto, o termo empreendedor caracteriza uma pessoa que se dedica a geração de renda por meio de ideias inovadoras, da transformação das ideias em produtos ou serviços. Assim, uma pessoa empreendedora tem o vislumbre, geralmente, por se posicionar como protagonistas na produção e transação de bens e serviços em um uma economia competitiva (Souza, 2019).

Segundo Rosa (2020) o empreendedor é o indivíduo que está posicionado no ponto central do processo econômico de forma a equilibrá-lo, assumindo o papel de intermediário entre as classes de produtores e os consumidores.

O empreendedorismo pode ainda ser definido como a máquina propulsora do desenvolvimento da economia. A inovação trazida pelo empreendedorismo permite ao sistema econômico renovar-se e progredir constantemente". Essa definição schumpeteriana demonstra a relação de dependência entre o mundo dos negócios e a economia (Schumpeter, 1985).

De forma breve, o empreendedorismo pode ser definido como qualquer tentativa de criação e desenvolvimento de novos negócios ou criação de novas empresas, como o trabalho por conta própria, uma nova organização empresarial, ou a expansão de uma empresa já

existente, por um indivíduo, uma equipe de pessoas, ou um negócio estabelecido (GEM, 2015).

Para Filion (1999) o empreendedor pode ser definido como uma pessoa que cria, desenvolve e realiza visões.Enquanto Sarkar (2008) entende que o empreendedorismo é um fenômeno social que pode gerar transformação, melhoria e crescimento sustentável para organizações, indivíduos e sociedades.

Desta feita, é possível perceber que não há uma única definição para "empreendedorismo", no entanto, há um consenso em muitos idiomas de que o termo é bastante utilizado, quando é tratado inovação, risco, criatividade, organização e riqueza. O fato de conhecer o empreendedorismo possibilita a noção de como estruturar melhor as empresas e como é possível um profissional melhorar como gestor (Rosa, 2020).

De acordo com a última pesquisa da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) disponível no Data Sebrae, o Brasil conta hoje com cerca de 28 milhões de empreendedores, que vem de um surgimento de aproximadamente 3 milhões de novos empreendedores de abril de 2015 a abril de 2019. A expansão de atividades comerciais e disseminação rápida de informações em um contexto de economia global, ampliou e democratizou as oportunidades de empreender de tal forma a provocar mudanças no entendimento popular na aplicação do termo "empreendedorismo".

Com a finalidade de apurar indicadores sobre o empreendedorismo no Brasil, a partir do ano 2000 o Brasil passou a integrar a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), coordenado pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ). A finalidade do GEM é o aprimoramento e a compreensão sobre a relação do empreendedorismo com o desenvolvimento da economia. O estudo classifica as empresas em duas modalidades principais: novos empreendimentos (até quarenta e dois meses de existência) e empreendimentos estabelecidos (acima de quarenta e dois meses). A pesquisa é anual e sua realização se dá anualmente com a população de dezoito a sessenta e quatro anos, que compõe a força ativa de trabalho (GEM, 2015; 2019; 2011).

De acordo com Peter Diamandis (2016), nos dias de hoje, uma pessoa com um smartphone e acesso a internet já acessa mais informações do que Bill Clinton quando foi presidente dos Estados Unidos em 1990. Essa disseminação de informações causada pela internet popularizou tecnologias e democratizou o acesso a condições que antes eram reservadas apenas a grandes empresas (Benvenutti, 2018). Maurício Benvenutti no seu livro "Audaz" ainda pontua que hoje formamos um mercado único, que vai além das fronteiras dos

200 países presentes no globo, uma vez que qualquer pessoa de qualquer lugar do mundo pode criar algo e impactar bilhões de indivíduos.

Consoante Dolabela (1999), dois segmentos principais tendem a apresentar elementos comuns à maioria desses conceitos. O conceito da economia, que associa o empreendedor à inovação, e o dos comportamentalistas, que enfatizam aspectos como a criatividade e a intuição. A definição de empreendedorismo fica mais refinada quando são considerados princípios e termos de uma perspectiva pessoal, administrativa e empresarial.

Assim sendo, o empreendedorismo se torna cada vez mais ligado à resolução de problemas através de ideias inovadoras, muitas vezes com o auxílio da tecnologia e um potencial de impacto maior do que nas definições do século passado.

Dentre as definições de empreendedorismo, encontram-se alguns aspectos comuns aos empreendedores, como por exemplo, a iniciativa para criar um novo negócio e ter paixão pelo que faz, utilização dos recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive, forma de aceitar e assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar (Dornellas, 2008).

Desta feita, tem-se que o empreendedorismo é um instituto em constante evolução, capaz de mudar alterar a realidade não só de quem empreende como também da sociedade que o permeia.

2.2 Comportamento empreendedor

Seja na definição clássica ou nessa nova roupagem que o empreendedorismo adotou com a globalização, as características de um empreendedor seguem sendo as mesmas, estando sempre associadas ao desenvolvimento econômico. Ainda na mais antiga definição de empreendedorismo, Schumpeter cita o empreendedorismo agente do desenvolvimento econômico, através de combinações dos meios produtivos, dos quais são vistos: 1) Introdução de um novo bem 2) Introdução de um novo método de produção 3) Abertura de um novo mercado 4) Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados,5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria (Schumpeter, 1985).

Indo mais a fundo, em busca de definir o conjunto de características de comportamentos empreendedores, após levantar estudos e pesquisas, McClelland conclui que a necessidade de realização é a primeira característica identificada em empreendedores de sucesso, e isso é o que os diferencia da maioria da população. Isso acontece porque uma

pessoa com necessidade de realização é mais autoconfiante, gosta de assumir riscos calculados, pesquisa o ambiente ativamente e é mais interessada em medir concretamente o seu desempenho, o que possivelmente irá testar os limites desse indivíduo e gerar um bom trabalho (McClelland 1965).

Não é possível levantar a evidência de que algum indivíduo se tornará empreendedor e muito menos que terá sucesso nisso apenas pelo seu perfil, contudo é possível afirmar que aquela pessoa tem características comuns à boa parte dos empreendedores (Fillion 1999). Para Fillions (1999), a principal característica de um empreendedor é o fato de definir um objetivo e estar sempre atento à oportunidade no contexto em que está inserido, muitas vezes assumindo riscos para alcançar esse objetivo.

Noutro giro, Dornelas (2003) acrescenta que o empreendedor de sucesso possui características extras. Algumas dessas características dos empreendedores de sucesso são: visão de futuro para o negócio onde está envolvido e a habilidade de implementar seus sonhos; sabem tomar decisões, são seguros em suas atitudes, sabem lidar nos momentos de adversidades; são indivíduos que fazem a diferença, sabem agregar valor aos serviços e produtos que ajudam a colocar no mercado; sabem explorar ao máximo as oportunidades, é um indivíduo curioso e atento a informações; são determinados e dinâmicos, atropelam as adversidades, "faz acontecer". são otimistas e apaixonados pelo que fazem, adoram seu trabalho, são auto determinadores; são dedicados, se dedicam ao máximo no que fazem, são trabalhadores exemplares; são independentes e constroem seu próprio destino; são líderes e formadores de equipes, tem um senso de liderança incomum, são adorados pelos subordinados; são bem relacionados, sabem construir uma rede de contatos; são organizados; planejam muito, cada passo de suas atividades são planejadas; possuem conhecimento, são sedentos pelo saber e aprendem continuamente; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade, gera empregos, dinamiza a economia, inova, sempre usando sua criatividade em busca de solução.

Bird (1988) argumenta que a intenção empreendedora é formada pela interação entre características pessoais, suas necessidades, percepções, valores, crenças, variáveis sócio demográficas e o ambiente.

Destaca-se que as características empreendedoras podem ser adquiridas e desenvolvidas. A preocupação de identificar o perfil do empreendedor de sucesso auxilia no processo de aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas para se tornar um (Dolabela, 1999).

Para Ajzen (1991), a intenção está ligada ao próprio comportamento empreendedor em si e isso resulta na atitude de um indivíduo quanto à realização de um dado comportamento, de normas subjetivas e do controle comportamental. No caso específico de um estudo em empreendedorismo, o conceito refere-se à atratividade da ideia de empreender. As normas subjetivas consistem na percepção da pressão social favorável ou não, exercida por pessoas importantes ou de referência no círculo de relações do indivíduo, para que ele leve adiante ou não a ideia de empreender. Tais normas são alimentadas pelas chamadas influências normativas, ou seja, influências que conduzem a certo comportamento, como são as expectativas da família do possível empreendedor.

Salienta-se que os motivos principais dos empreendedores é querer independência, oportunidade de criar e dinheiro; orientação de tempo: sobrevivência e crescimento do negócio entre cinco e 10 anos; atividade: envolvimento direto; risco: assume riscos moderados; status: nenhuma preocupação; falhas e erros: lida bem com isso; decisões: segue seus sonhos; a quem serve: a si e aos clientes; historia familiar: experiência empresarial em pequena empresa, profissional ou fazenda; relacionamento com os outros: transações e acordos como relacionamento básico (Pinchot, 1985, apud Hirsch; Peters, 2004).

De forma mais detalhada, *Timmons et al (1977)* define características básicas presentes no comportamento de um empreendedor, tal qual: impulsividade e energia, autoconfiança, comprometimento, dinheiro, persistência para resolver problemas, definição de metas, disposição a correr riscos calculados, lidar com falhas, buscar passar feedbacks, tomar e assumir responsabilidades, usar recursos, competir com os seus próprios objetivos, possuir autocontrole e tolerar situações de ambiguidade e incerteza.

Assim, a formação de intenção empreendedora (IE) para realizar um comportamento é determinada por três variáveis independentes: a atitude pessoal (AP), as normas subjetivas (NS), e o controle comportamental percebido (CP), em que a relação entre esses três elementos e a intenção crescem proporcionalmente, e que por sua vez, preveem o comportamento (Ajzein, 1991).

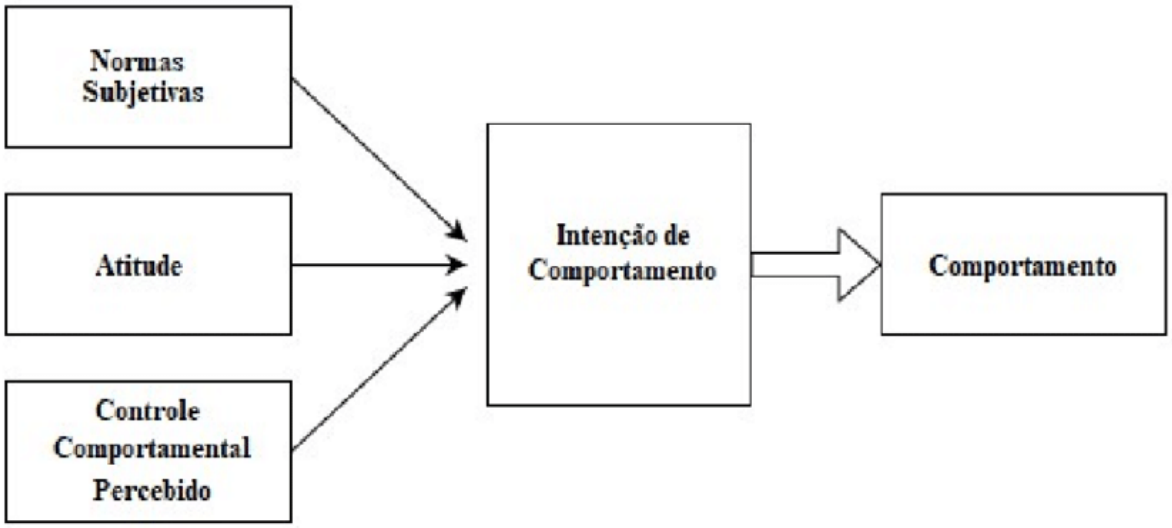

Figura 1: Modelo da Teoria do Comportamento Planejado. Fonte: Adaptado do modelo Ajzen (1991).

Os empreendedores podem ser classificados ainda em sete tipos, a saber, empreendedor nato, empreendedor que aprende, empreendedor serial, empreendedor corporativo, empreendedor social, empreendedor por necessidade e empreendedor herdeiro.

Empreendedor Nato ou Mitológico é o mais conhecido. Geralmente são os mais aclamados, suas histórias são brilhantes e muitas vezes, começam do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar jovens e adquirem habilidades de vendas e negociação. Enquanto que o Empreendedor que Aprende ou Inesperado tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que quando menos esperava se deparou com uma nova oportunidade e decidiu em mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. O Empreendedor Serial ou que Cria Novos Negócios, é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. O Empreendedor Corporativo tem tido mais evidência nos últimos anos, devido à necessidade das organizações se renovar, inovar e criar novos negócios. Geralmente são executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas corporativas. O Empreendedor Social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Esse se envolve em causas humanitárias com comprometimento singular. O Empreendedor por Necessidade cria o próprio negócio por falta de alternativa. O Empreendedor Herdeiro ou Sucessão Familiar desde cedo tem a missão de levar a frente o legado de sua família (Dornellas, 2005).

Dessa forma, assim como na busca de uma definição do termo empreendedorismo, o entendimento a respeito dos comportamentos e características comuns ao empreendedor também é abrangente na literatura. De modo que, faz-se necessário observar que em todas as descrições e estudos que buscam delimitar o perfil de um empreendedor, observamos um comportamento ativo e resolutivo, que se baseia em fatos para tomar decisões e assume riscos calculados para alcançar objetivos concretos.

2.3 Universidade Empreendedora e Tríplice Hélice

A inovação tem assumido um significado amplo nos últimos anos. Mais do que o desenvolvimento de novos produtos, ela relaciona-se à criação de novos arranjos entre as esferas institucionais que promovem as condições para inovação. A transformação e as inter-relações das esferas institucionais da academia, indústria e governo passam a moldar a dinâmica da inovação para o desenvolvimento (Etzknowitz, 2003, 2009).

Nessa perspectiva, denota-se que o modelo da tríplice hélice é conhecido como uma abordagem que propõe um modelo de sistema de inovação para o desenvolvimento regional, constituído do espaço de conhecimento, consenso e aprendizagem, formado por processos de interação em redes, que buscam preencher as lacunas esquecidas pelas políticas públicas (Johnson; Edquist; Lundvall, 2003).

As interações entre universidade, indústria e governo, tese central da tríplice hélice, são a chave para melhorar as condições para inovação numa sociedade baseada no conhecimento. A interação entre os atores é a base estratégica para o desenvolvimento social e econômico nas sociedades industriais desenvolvidas e em desenvolvimento, possibilitando a compreensão dos processos de inovação no seu sentido mais amplo, fazendo da universidade intermediardora do conhecimento e transferência de novas tecnologias, a indústria com a produção e prática e o governo financiando e minimizando as dificuldades para o estabelecimento da cultura de inovação e de desenvolvimento (Etzknowitz, 2009).

As interações universidade-indústria-governo, que formam uma “hélice tríplice” de inovação e empreendedorismo, são a chave para o crescimento econômico e o desenvolvimento social baseados no conhecimento. Indo além da coevolução das instituições mediante interações mútuas, trata-se da transição das principais esferas de dupla para tríplice hélice (Etzknowitz; Henry; Zhou; Chunyan, 2017).

Segundo Etzkowitz e Klofsten (2005) e Garnica, Ferreira-Júnior e Fonseca (2005) “universidade empreendedora” define-se como a instituição acadêmica que vai além da

formação teórica e direcionada a preparação do profissional para o mercado, se preocupando com o caráter de mudanças econômicas que pode promover em sua região, sendo um agente ativo de inovação. O ambiente acadêmico de empreendedorismo é atingido através da criação de estruturas internas em formato de núcleos de aprendizagem e movimentos estudantis que viabilizem a inovação e contato com agentes externos que possam absorver o produto advindo desse esforço.

A Universidade Empreendedora é um motor-chave em uma economia baseada no conhecimento e um importante tracionador do desenvolvimento social. Em uma sociedade baseada no conhecimento, ela se tornou uma esfera institucional primária no mesmo nível que a indústria e o governo. É uma peça fundamental para desenvolver o espaço do conhecimento e, cada vez mais, os espaços de inovação e de consenso (Etzknowitz; Henry; Zhou; Chunyan, 2017).

Nesse contexto, onde as universidades dão suporte às atividades empreendedoras, surge uma ferramenta importante para a viabilização desse novo modelo acadêmico, a tríplice hélice. Esse arranjo visa criar um modelo de colaboração complexo entre universidade, empresas e governo para consolidar a instituição de ensino como canal de inovação e desenvolvimento econômico para o meio em que está inserida (Etzkowitz; Klofsten 2005).

Os desafios de alinhamento na cooperação entre universidade e empresa pontuado por Sbragia (2005), muitas vezes causados pela diferença de objetivos da academia e instituições privadas, foram superados pelo estreitamento de laços promovido pelo terceiro agente. Foram criadas diversas políticas públicas governamentais, que tinham como objetivo promover o desenvolvimento de áreas de conhecimento específicas, com potencial para gerar desenvolvimento econômico, incentivo à competitividade entre empresas e melhoria significativa no bem-estar social.

Assim, segundo Lima e Fialho (2001) e Porto (2002) os frutos dessa cooperação não são entregues de forma gratuita a nenhum dos três componentes desse sistema, de modo que é feita uma troca mútua de benefícios. A universidade consegue oportunidade e investimento para desenvolver resultados palpáveis a partir do conhecimento produzido na academia; as empresas contam com o apoio de pesquisadores e especialista em áreas de conhecimento específicas para resolver problemas e realizar melhoramentos que refletem no seu caixa; e o governo promove o desenvolvimento local e global através dos resultados alcançados por essa cooperação.

2.4 *Startups* e o ecossistema de criação de empresas inovadoras

De acordo com o marco legal das startups expresso pela Lei Complementar N° 182 de 1° de Julho de 2021, uma *startup* pode ser definida de modo geral como uma organização empresarial nascente ou em operação recente, que são detentoras de alguns aspectos particulares e bem definidos: i) Carater de inovação aplicado ao modelo de negócio ou bens e serviços ofertados ii) contar com uma receita bruta anual de até R$ 16.000.000,00 (dezesseis milhões de reais) iii) Ter até 10 (dez) anos desde a sua criação.

Para Ries (2012) a *Startup* é uma empresa que pode estar ligada aos mais diversos ramos do mercado, mas que tem como característica básica criar bens e serviços inovadores para superar contextos de incerteza e revolucionar o mercado. Segundo Black (2012) a definição de uma *startup* está em uma organização temporária projetada para buscar um modelo de negócios escalável, lucrativo e replicável. Ainda, de acordo com revisões, Torres e De Souza (2016) concordam que em distintas definições a startup é uma organização inovadora, geralmente informal e sempre inserida em um contexto de incerteza no mercado.

Os ambientes onde esses novos modelos de empresas inovadoras nascem e se desenvolvem são chamados de ecossistemas de startups. Segundo Aleisa (2013) um ecossistema de startup conta com empreendedores detentores de habilidades técnicas, pessoas com habilidades em negócios, abertura para investimentos e um contexto com problemas a serem resolvidos. Com essa fórmula, os empreendedores motivados pela possibilidade de mudar o mundo, criam ideias que resolvem problemas imediatos que afetam a comunidade em negócios, residências, tecnologia e outras áreas, e essas ideias evoluem para empresas que geram empregos para a comunidade e contribuem com o crescimento da economia. Aleisa (2013).

De acordo com a Associação Brasileira de Startups em pesquisa realizada em 2021, 17,4% das startups do Brasil se relacionam diretamente com a Academia, sendo que em questão de grau de escolaridade 32,8% dos fundadores de startups têm ensino superior completo, 38,2% já contam com alguma especialização e 15,9% mestrado. Assim, é possível traçar uma evidente ligação do ambiente acadêmico ao desenvolvimento de startups, uma vez que esses negócios podem utilizar do aparato ou conhecimento assimilado no ambiente acadêmico para alavancarem-se.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização da pesquisa

A pesquisa consiste em um estudo de caso de natureza aplicada, que objetivou analisar as percepções de participantes e ex-participantes do Núcleo de Empreendedorismo universitário da UFMG Campus Montes Claros a respeito da aprendizagem empreendedora proporcionada. A natureza aplicada da pesquisa, é aquela que se interessa pelos efeitos práticos da pesquisa e envolve verdades e interesses locais (Gil, 2008). Lado outro, o estudo de caso pode ser caracterizado pelo estudo profundo de um ou poucos objetos, o que possibilita um entendimento maior a respeito do fenômeno no seu contexto específico, o que seria praticamente impossível ao utilizar outros delineamentos (Gil, 2008).

De tal forma, a pesquisa ainda pode ser classificada com a finalidade descritiva exploratória, uma vez que busca levantar percepções de indivíduos a respeito de um grupo ou fenômeno e ao mesmo tempo proporcionar maior familiaridade com o tema ao descobrir novas ideias ou firmar pensamentos pré-estabelecidos (Gil, 2008).

Quanto à abordagem, de acordo com Silva e Menezes (2000), a pesquisa pode ser classificada como qualitativa em função do caráter interpretativo e de atribuição de significado aos fenômenos analisados. Segundo Lakatos e Marconi (2010) essa abordagem possibilita estudar o tema com mais profundidade, trazendo à tona aspectos do comportamento dos indivíduos.

Para Gonçalves (2003), a pesquisa descritiva exploratória não se preocupa com o porquê dos fenômenos, mas em descrever e explorar suas características que, neste caso, é observar se o NEU impacta na percepção de discentes a respeito do seu desenvolvimento em habilidade empreendedoras. Quanto ao cunho exploratório, Gonçalves (2003) assevera que esse tipo de pesquisa objetiva fornecer uma visão ampla de um fenômeno pouco explorado. Quanto aos procedimentos técnicos, a presente pesquisa se classifica como bibliográfica, a qual, de acordo com Vergara (2006), fornece instrumental analítico para posterior análise. Nesta pesquisa, a revisão de literatura permitiu o entrecruzamento teórico-empírico, isto é, possibilitou que os achados empíricos do estudo fossem discutidos à luz da teoria acerca da temática e à luz de estudos prévios relativos ao tema. Ademais, a presente pesquisa se classifica como um estudo multicaso, que, segundo Yin (2001), é uma variação do estudo de caso, em que o objetivo é conhecer duas ou mais realidades e contexto diferentes que, neste

caso, serão as percepções relatadas pelos ex-participantes e pelos participantes com vínculo ativo no NEU.

3.2 População e amostragem

A população de interesse da pesquisa são discentes que já estabeleceram vinculo ou tiveram contato com Núcleo de Empreendedorismo Universitário da UFMG Campus Montes Claros. Participaram da pesquisa dois discentes que já preencheram cargos no NEU anteriormente e dois discentes que hoje exercem funções na coordenação do NEU, totalizando quatro pessoas.

Os 4 (quatro) membros e ex-membros do NEU foram convidados para serem entrevistados, adotando-se a amostragem não probabilística por julgamento, também conhecida como intencional, isto é, os indivíduos inclusos na amostra foram escolhidos por serem considerados boas fontes de informação (Kauwark; Manhães; Medeiros, 2010).

3.3 Coleta de dados

A fim de descrever a organização do projeto e relatar as principais experiências proporcionadas pelo NEU, utilizou-se como instrumento de coleta de dados a pesquisa documental e observação participativa. Para Lakatos e Marconi (1982, p.58), “documentos são todos os materiais escritos que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica e que ainda não foram elaborados”. Uma vez que o pesquisador esteve em contato ativo com o Núcleo De Empreendedorismo acadêmico no período de 2017 a 2022, as suas percepções também contribuíram para o direcionamento e enriquecimento da coleta de dados.

Na busca de colher os resultados gerados pela presença e ação do NEU, ainda foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com dois roteiros distintos para as duas populações citadas anteriormente. Dessa forma, os roteiros apresentavam aproximadamente oito perguntas e foram divididos ainda em dois blocos, de modo que na primeira etapa foram realizadas perguntas com finalidade de identificação do entrevistado e na segunda etapa questões com o foco de entender os resultados gerados pela ação do NEU.

As entrevistas semiestruturadas têm por objetivo a obtenção de informações do entrevistado e se trata daquela tipologia em que o entrevistador faz uso de um roteiro previamente elaborado com foco em determinado assunto, com questões pré-definidas e que são norteadoras de uma conversa entre entrevistado e entrevistador. Esse tipo de entrevista

possibilita uma visão geral do problema e permite explorar uma questão de forma mais ampla do que se usado apenas um roteiro padronizado (Lakatos; Marconi, 2003). As referidas entrevistas foram realizadas de forma remota pela ferramenta de videoconferências *Google Meet*. Foram realizadas 04 (quatro) entrevistas, que tiveram duração média de 13 minutos, totalizando, aproximadamente, 1 hora e 2 minutos.

3.4 **Análise** de dados

Quanto à técnica de análise de dados, a presente pesquisa adotou a Análise de Conteúdo, de forma que, as entrevistas gravadas em vídeo pelo aplicativo de reuniões online Zoom Meeting, foram transcritas em arquivos de Docs Google e convertidas em documentos em formato Word, para em seguida serem submetidas ao método de Análise do Conteúdo. Assim, a análise do conteúdo foi realizada em três etapas que, segundo Bardin (2011) foram pontuadas como essenciais: a)Pré-análise: etapa onde se faz uma leitura e organização do conteúdo coletado, em questão, o corpus textual proveniente da transcrição das entrevistas; b) Exploração: etapa onde se realiza, com foco interpretativo, a análise de similaridades diante as respostas dos entrevistados; c)Tratamento: momento em que se realiza o entrecruzamento teórico-empírico, no caso, analisando as entrevistas frente á luz da teoria e estudos prévios. Nesta pesquisa, adotou-se a abordagem interpretativa à luz da teoria.

Somado a isso, pontue-se o que afirma Chizzotti (2006, p. 98), sobre a análise de conteúdo “o objetivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados do presente estudo serão apresentados como base no entrecruzamento entre respostas de antigos membros do NEU e bolsistas recém ingressos ao grupo, bem como por meio da interpretação das falas frente à teoria e à luz da observação participativa e registros de experiências do Núcleo. Dessa forma, esta seção se subdivide em 05 (cinco) subseções: organização do projeto, caracterização dos entrevistados, experiências proporcionadas e habilidades empreendedoras fomentadas.

4.1 Organização do Programa de extensão NEU

O Programa NEU é uma iniciativa da UFMG Campus Montes Claros para o desenvolvimento da cultura empreendedora dentro da universidade e atuação junto aos diversos agentes do Ecossistema de Inovação para a execução de atividades de fomento ao empreendedorismo e desse modo contribuir para o desenvolvimento de novos projetos que visem o estímulo ao empreendedorismo e inovação tecnológica em Minas Gerais (UFMG, n.d.).

Preliminarmente, cabe destacar que compete ao NEU selecionar estudantes com qualificações específicas, que estejam aptos a realizar as atividades do Programa no Campus Montes Claros da UFMG, na qualidade de Membros Voluntários.

As atividades dos Membros Voluntários compreendem a) Auxiliar os coordenadores do Programa NEU nas atividades relacionadas à inovação e empreendedorismo; b) Criar ações e implementar o Programa Institucional de Formação Empreendedora; c) Participar de capacitações estimulando a mentalidade empreendedora e o desenvolvimento de novos negócios; d) Apoiar o Núcleo de Empreendedorismo Universitário (NEU) no desenvolvimento das ações de sua agenda institucional de empreendedorismo por meio de eventos e ações temáticas, como por exemplo *Hackathons*, Congresso, Fórum, Seminário, Simpósio, Palestra, *Meetup*, *Workshop*, Oficina etc.; e) Elaborar e compartilhar conteúdo sobre Empreendedorismo e Inovação; f) Promover reuniões regulares para planejamento mensal das atividades e prestação de contas; g) Reunir com agentes locais de inovação e empreendedorismo; h) Encontrar possíveis ideias para geração de startups no Campus Montes Claros da UFMG e conectar talentos aos parceiros e outros centros de inovação locais; i) Atuar junto aos núcleos de estudos e empresas juniores para estimular a geração de novas empresas (UFMG, n.d.).

A organização do Núcleo de Empreendedorismo Universitário da UFMG Campus Montes Claros se destaca por utilizar um modelo de gestão descentralizado, onde as principais tarefas a serem desempenhadas pelos membros são divididas em quatro setores específicos: financeiro, marketing, organização de eventos e recursos humanos. Os setores por sua vez são intitulados por "comissões" e têm poder de voto igual para tomada de decisões a respeito de ações do NEU e se configuram como células de trabalho para desempenho de tarefas específicas , sendo sempre norteados por um docente que também confere o direito de decisão junto das comissões.

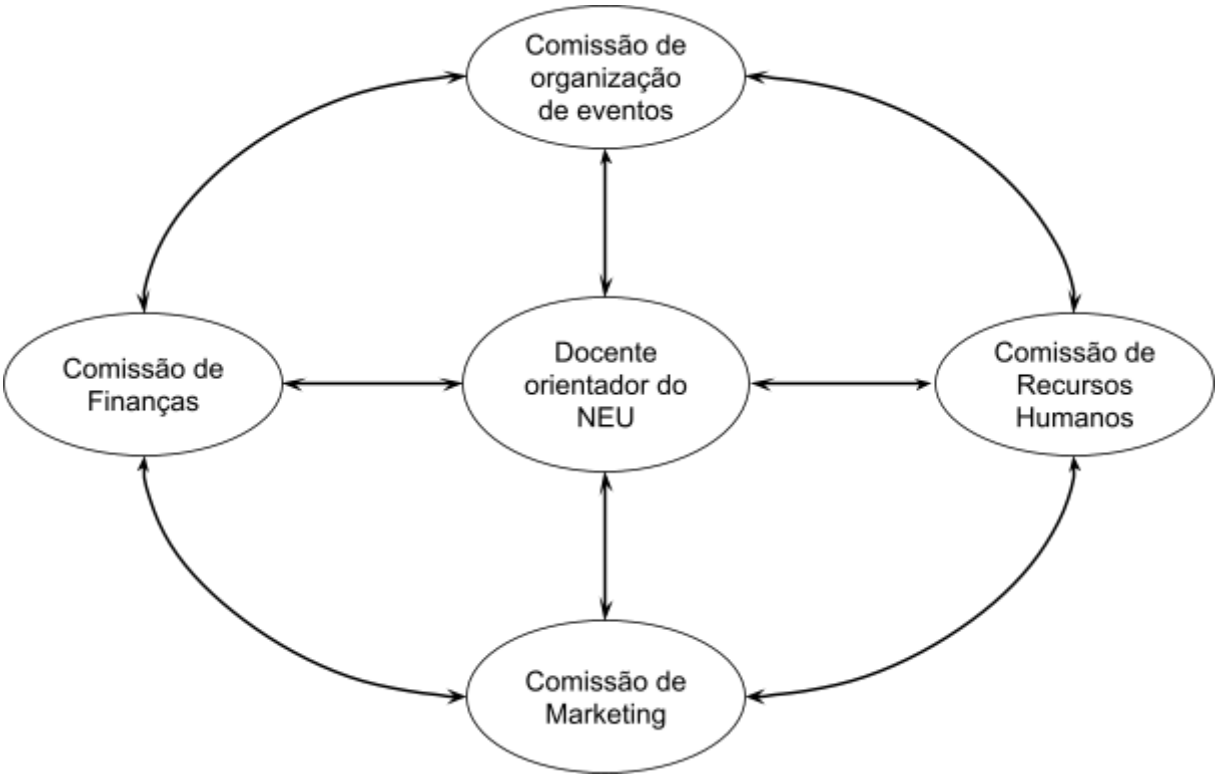

Figura 2: Representação da organização do Núcleo de Empreendedorismo Universitário da UFMG Campus Montes Claros. Fonte: Adaptado de d\ados da pesquisa.

Observa-se ainda que as comissões são compostas por um discente líder e demais integrantes na qualidade de subordinados, sendo alocados para cada setor no início do semestre letivo conforme a demanda de atividades a serem cumpridas. Assim, para organização o NEU ainda são realizadas reuniões entre os líderes de cada comissão e o docente responsável pelo projeto a fim de organizar atividades com o intervalo de aproximadamente quinze dias. Além disso, essas atividades são subdivididas em tarefas e delegadas pelos líderes de cada comissão aos demais integrantes em reuniões de grupos de trabalhos de cada um dos setores.

4.2 Caracterização dos entrevistados

Quanto aos participantes da pesquisa, foram entrevistados 04 (quatro) participantes e ex-participantes do NEU, a saber: 2 (dois) graduados pela UFMG e 2 (dois) com graduação em andamento, sendo um deles formado em Agronomia e funcionário público na Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (Emater–MG), o qual será referido como Entrevistado 1 (E1) nesta pesquisa; e o outro engenheiro agrônomo na empresa Vitia, formado também em agronomia o qual será referido como Entrevistado 2 (E2); um acadêmico do nono período de Engenharia Agrícola e Ambiental, o qual será referido como Entrevistado 3 (E3); um acadêmico do terceiro período de Engenharia Agrícola e Ambiental, o qual será referido como Entrevistado 4 (E4). O Quadro 1 sumariza as informações básicas dos participantes da pesquisa.

Quadro 1 – Caracterização dos entrevistados

Participantes	Atuação no NEU	Curso
Entrevistado 1 (E1)	Ex-participante	Agronomia
Entrevistado 2 (E2)	Ex-participante	Agronomia
Entrevistado 3 (E3)	Participante	Engenharia Agrícola e Ambiental
Entrevistado 4 (E4)	Participante	Engenharia Agrícola e Ambiental

Fonte: Dados da pesquisa

.

4.3 Experiências proporcionadas

Preliminarmente, no tocante às experiências proporcionadas pelo NEU aos participantes desse núcleo, os entrevistados destacaram a utilização das prerrogativas empreendedoras que foram construídas no NEU, durante o período de estágio, e que para àqueles já graduados, foram de grande valia tanto no mercado privado quanto na iniciativa pública.

Assim, questionou-se em relação aos entrevistados já graduados, em quais funções de sua atuação o empreendedorismo poderia ser considerado relevante, e pode se constatar que há até mesmo utilização das funções empreendedoras na iniciativa pública,

como é o caso do E2.

> [...] para ser bem sincera, eu acho que o primeiro, e para mim foi um [...], dos fatores importantes de ter participado do NEU e tudo, é justamente a mentalidade, a mentalidade de empreendedora (E1).

> Por incrível que pareça, em várias funções. Primeiro, como eu trabalho na Emater, é uma empresa que envolve muito contato com produtores rurais e mobilização de pessoas. Porque ele é o responsável por fazer, além de fazer a produção do seu produto, ele tem que fazer também a comercialização do seu produto. Então, o curso de agronomia me deu todo esse embasamento teórico e um pouco prático para lidar com essa parte técnica da produção. Mas a minha experiência com o empreendedorismo está me ajudando muito a lidar com a parte de organização, de estruturação do negócio [...] (E2).

Observa-se, diante da transcrição da fala dos entrevistados, que o NEU foi um fator considerado determinante no crescimento profissional, que os auxiliou na introdução e permanência no mercado de trabalho. Demonstrou-se ainda no setor público, que o NEU foi visto pelos entrevistados como desencadeador de novas perspectivas de atuação, buscando-se como primazia o desenvolvimento do ímpeto empreendedor e resolução de problemas dentro da própria empresa.

A transcrição da fala do E1, que atua no mercado de trabalho sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) , evidencia a percepção de uma quebra de paradigma, e uma forma de atuação profissional distinta dos demais colaboradores do setor, pautada em responsabilidade e integridade.

> Porque hoje, apesar de estar em regime de CLT, quando você tem uma mentalidade mais voltada para o empreendedorismo, você deixa de se achar apenas como um funcionário. Então, eu acho que isso é relevante na forma como você encara o seu trabalho. Porque às vezes é assim: "Eu sou CLT, então eu vou fazer aquela minha obrigação e pronto, acabou. Eu saio para trabalhar e não vejo a hora de chegar em casa." E assim, quando você desenvolve essa mentalidade empreendedora, acho que a parte mais importante para você é:"Quais são os problemas que você pode solucionar ali? Que tipo de problema você está resolvendo? Que tipo de problema eu posso resolver com as minhas atribuições, com a minha graduação, com aquilo que eu aprendi na minha profissão como agrônoma?" (E1).

Percebe-se pela fala do entrevistado graduado em agronomia que o NEU, de fato, proporcionou uma mudança na mentalidade, bem como na forma de ver o trabalho e as adversidades que o permeiam, permitindo ao indivíduo a busca pelo crescimento pessoal e profissional.

Concernente às experiências proporcionadas pelo NEU, as falas dos entrevistados demonstraram que houve momentos de aprendizado que os auxiliaram a aprender um pouco

mais, isto é, desenvolver melhor suas habilidades, independentemente da atuação no seu trabalho.

> Olha, quando eu entrei para o NEU, pouco tempo antes eu tinha participado do Startup Weekend [..]. Que era promovido aí pelo Sebrae [...] se não me engano, [...] Então, assim, desde essa época eu já vim alimentando, assim, eu preciso fazer alguma coisa diferente [...]. E quando a gente começou com o projeto do NEU, para mim uma das habilidades principais foram as habilidades interpessoais. Que eu acho que são mais difíceis de serem adquiridas [...] Habilidades técnicas, assim, você senta, você estuda, você... Enfim, mas as habilidades interpessoais, você precisa ter uma...Não só prática, mas você precisa ter uma capacidade, uma habilidade a se realmente desenvolver. E assim, quando eu comecei o projeto, eu era uma pessoa bem tímida [...] (E1).

> Eu acho que o que mais me favoreceu para aprender foram os encontros que a gente realizava com os empreendedores, onde a gente fazia uma roda de conversa, e nessa roda de conversa a gente fazia várias perguntas naquela época, naquela ocasião. A maioria dos integrantes do NEU. Eram alunos que estavam iniciando seus negócios, então a gente tinha bastante dúvida, bastante incerteza e insegurança também. Então essas reuniões serviram bastante para bater o papo com quem já estava um pouco mais avançado do que a gente, para eles relatarem um pouco das experiências e mostrar que empreendimento é isso mesmo, [...] (E2).

Pelas falas dos entrevistados transcritas acima, percebe-se que eles classificam o NEU não só como um contribuinte da sua formação profissional, mas também no lado pessoal, minimizando a percepção sobre as aspectos negativos que eram impeditivos ao crescimento pessoal, como a timidez, relatada pelo E1. Além disso, destacou-se que o NEU foi visto como um grande auxiliador no rompimento de barreiras interpessoais, como insegurança, incertezas e inibição.

Descritas as principais experiências promovidas pelo Núcleo, os entrevistados foram arguidos quanto à definição que poderiam fornecer sobre o estágio, e diante disso como o Núcleo impactou a formação profissional deles, ou seja, na prática, quais foram os resultados obtidos do estágio que fora realizado.

> Assim, o NEU para mim é como se fosse, assim, um lugar que você consiga pensar além, sabe? É um lugar que você, assim, consegue tirar aquele pensamento fechado, aquele pensamento que é o que todo mundo faz, o que todo mundo pensa, o que todo mundo... E você consegue enxergar novas possibilidades, assim. Eu posso fazer aquilo diferente, eu posso fazer aquilo melhor, eu posso ser uma pessoa melhor, eu posso ser uma pessoa que posso ganhar mais dinheiro, eu posso ser uma pessoa que consegue entregar meu trabalho mais bem feito, com mais qualidade. Então, assim, ter uma visão diferente sobre as coisas eu acho que é o primeiro passo, assim. Quando você começa a ter um pensamento muito fechado, muito assim, é a alusão do "pensar fora da caixa"[...] (E1).

> O NEU, para mim, é um grupo de entusiastas ao empreendedorismo, de empreendedores também, motivados pelo único objetivo de criar, não somente de criar negócios, mas também de adotar uma mentalidade. Eu acho que eu desenvolvi várias habilidades, nas atividades que a gente desenvolve com o NEU, desde falar em público e conseguir ouvir o outro melhor.

O desenvolvimento pessoal e profissional são os pontos mais de maior satisfação relatados pelos entrevistados a partir do contato com o NEU, principalmente na iniciativa privada, que hoje requer dos recém-formados, especializações, competências específicas, uma maior desenvoltura, que se justifica diante das necessidades atuais.

> […] quando eu comecei com o NEU, daí eu fui meio que forçada a estar em contato com as pessoas, a conversar mais, a se abrir mais, a conseguir discutir ideias. Então, [...] isso para mim foi fundamental.E, lógico, conheci bastante gente, né? Quantas vezes a gente não fazia aquelas reuniões, aqueles grupos de chamar outras pessoas de fora. Então, assim, para mim criar esse vínculo com mais gente foi muito importante (E1).

> […] outro quesito muito importante também foi a questão da rede de contatos. No NEU a gente criou uma rede de contatos, eu quando fizer uma rede de contatos forte, onde por diversas vezes eu acessei vários membros do NEU, você inclusive, teve outras pessoas que eu acertei também, sempre foram muito solícitos para me ajudar, para me auxiliar. Então essa rede de apoio é o que mais perdurou e que para mim foi uma das coisas mais importantes. Isso, profissionalmente. Pessoalmente tem a questão dos amigos que a gente fez. Eu considero bastante também de conhecer pessoas novas. E de certa forma também esse grupo de apoio contribui para a evolução pessoal, porque a gente não discutia somente coisas teóricas relacionadas ao empreendedorismo (E2).

As reuniões em grupo, conforme descrito pelos entrevistados, indicam o modo como o estágio impactou relações interpessoais, promovendo a ampliação de suas redes de contato, o que favoreceu o crescimento de ambos.

Lado outro, os acadêmicos em Engenharia Agrícola e Ambiental da UFMG, que atuam como estagiários, mencionaram a busca pelo desenvolvimento profissional como um fator determinante no NEU, o que os impulsionou, por exemplo, o interesse pelo empreendedorismo.

Preliminarmente, fora questionado aos acadêmicos, bolsistas do NEU, o porquê decidiram participar do Núcleo de Empreendedorismo, com o fim de entender o porquê da procura e interesse pelo Núcleo.

> Então, quando eu entrei, na verdade, eu vim de transferência. E quando eu entrei na universidade, eu tive aula com o Cota. E no dia que ele foi fazer a apresentação dele, ele falou que tinha a empresa Júnior e o NEU, o grupo de empreendedorismo, o núcleo de empreendedorismo. E eu manifestei interesse, tanto que eu pedi ele para quando abrisse o edital, para ele me informasse. Depois que eu saí da aula dele, eu pedi, assim, quando terminou o semestre, eu busquei saber se ele tinha voltado e não tinha. E o meu interesse pelo empreendedorismo é porque eu já empreendi uma vez. E assim, eu gostei. Eu acho que é uma coisa muito legal, porque não vira rotina, né? Eu gosto de falar que não vira rotina. A gente sempre tem um "B .O" para resolver. Então, não fica aquela coisa que a gente joga no automático. Todo dia a gente tem que resolver alguma coisa e o cérebro da gente vai trabalhando. Então, eu sempre

> estou buscada a entrar em contato com alguma coisa que tenha a ver com empreendedorismo, com empreender (E3).
>
> Ah, eu acho que é porque eu brilho muitos olhos para a área privada de empreendedorismo. E assim, abrir seu próprio negócio, não ficar dependendo de um sistema hierárquico, isso me abria muito os olhos. Porque a maioria do pessoal que sai da faculdade fica só naquela área de concurso, concurso, concurso. E a gente vem assim para trazer mesmo esse pensamento que você consegue ganhar dinheiro de outras formas também com as suas próprias ideias. Que assim você tem mais liberdade né?! Eu acho que essa palavra, liberdade! (E4).

As falas dos acadêmicos evidenciam que o núcleo é visto como referência entre alunos e professores, posto que intimamente relacionado às habilidades empreendedoras e a abertura a todos os cursos, não apenas ao curso de administração, por exemplo.

Pelo exposto, pode-se deduzir uma avaliação positiva de participantes ativos e ex-participantes a respeito das experiências vivenciadas em contato com o NEU, tanto na mentalidade dos integrantes quanto no desenvolvimento profissional.

Por fim, a seção subsequente detalha as habilidades empreendedoras adquiridas pelo bolsistas e ex-bolsistas do NEU durante o estágio realizado.

4.4 Habilidades empreendedoras fomentadas

Para análise das habilidades empreendedoras fomentadas dividir-se-á as falas dos entrevistados entre ex-participantes e atuais participantes do NEU. De acordo com os entrevistados, a inexperiência era um dos impeditivos à busca por desenvolvimento de habilidades empreendedoras, e com as vivências proporcionadas pelo NEU essa barreira pessoal pode ser transposta. Assim, questionou-se aos entrevistados quais habilidades, tanto pessoais quanto profissionais, foram desenvolvidas no NEU.

> No dia que eu fui fazer a entrevista para ser bolsista, foi uma das perguntas que foi levantada e eu vi que na parte de, quando, o tempo que eu empreendi faltou muita experiência, inexperienciamento que eu não tive e uma das coisas que eu mais foi aprender a gerir todas as coisas e trabalhar em equipe também. Tem outras coisas também como a gerir em questão de administrativo, eu tinha um curso de contabilidade, então a parte financeira eu conseguia me dar um pouco a negócio, mas a parte organizada de materiais, de coisas para comprar, aquela parte logística, você sabe? Não sei qual palavra usar aqui agora, então eu acho que com o Neo eu vou aprender todas essas coisas, além de ter um network, que é uma coisa que era inacessível, não consegui ter (E3).
>
> Eu acho que falta muito em mim a questão da pontualidade. Eu acho assim, o compromisso, o foco. Aí eu falei assim, esse ano eu vou me empenhar, esse ano eu vou estar participando de várias coisas que eu não participei nos quatro anos. E também a questão de networking também, que eu estou bem interessado em conhecer empreendedores, pessoas influentes da área também (E4).

De acordo com os entrevistados, uma das habilidades desenvolvidas no NEU e que para eles fora de grande valia foi o *networking*, isto é, uma rede de contatos no meio em que estão inseridos. As rodas de conversa também foram citadas como fundamentais para fomentar a fala, bem como a desenvoltura ao se posicionar de maneira profissional. Outro aspecto destacado, por exemplo, foram questões pessoais, como foco, pontualidade, compromisso, confiança e capacidade de trabalhar em equipe.

> Por exemplo, eu tinha um restaurante, então eu tinha muitas coisas para resolver. Só que eu não demandava esse serviço para as pessoas que me ajudavam em volta. Eu tentava pegar tudo e resolver sozinha. E isso é uma das coisas que eu vi que eu tinha que mudar porque pelo fato de eu não confiar na experiência dos outros, no jeito que as outras pessoas fazem, eu acho que com o NEU agora trabalhando em equipe, é uma coisa que eu vou aprender a lidar, entendeu? Confiar no que os outros fazem, não querer que eu faça melhor, entendeu? Não é que eu faça melhor, eu estou querendo que o serviço saia bem feito, saia perfeitinho e não demanda as coisas, eu pego toda a responsabilidade. A gente pega toda a responsabilidade porque não quer que os outros façam, acha que não vai fazer do jeito e foi um erro meu e eu acho que trabalhar em equipe vai me ajudar a melhorar isso (E3).

Verificou-se ainda, pela fala do E3, que por meio do NEU, o bolsista pode vislumbrar os erros que cometera no passado, em seu negócio, posto que aprendeu no estágio a trabalhar em equipe e consequentemente delegar funções.

Por outro lado, aos entrevistados ex-participantes do NEU, foi questionado quais habilidades empreendedoras foram desenvolvidas ao longo do estágio promovido pelo Núcleo, pontuando quais foram mais desenvolvidas e quais o entrevistado mais utiliza atualmente.

> Então, assim, falar em público, né? Foi a primeira. E hoje também. Até, assim, inclusive, depois de amanhã eu tenho que fazer um treinamento com os produtores. Então, assim, isso para mim é fundamental, né? Vendas, estratégia de vendas. Quer queira, quer não. A gente acaba ali tendo que estudar um pouco, tendo que criar estratégias. Marketing também, assim, foi uma coisa fundamental para mim. Porque foi na época que eu trabalhava com o NEU, que foi o meu primeiro contato, assim, os meus primeiros contatos com marketing, né? Então, assim, até hoje é uma área que eu estudo bastante. Então, é coisas que eu ainda trago para a minha vida. Não que eu trabalhe diretamente com marketing, mas você sabe que você usa estratégias, pensamentos. Você consegue ter uma visão, uma visão como um todo, assim, né? Você passa a deixar de olhar as coisas só para um ponto e começa a elencar as coisas, assim. Porque marketing a gente precisa estar vendo de todos os lados, né? Desde a experiência de um cliente até, sei lá, se a placa da minha empresa está bem colocada em determinado lugar ou não. Então, assim, tudo isso, as coisas meio que se casam no dia a dia, né? (E1).

> Comunicação é uma das habilidades. Estou tentando achar uma palavra, alguma expressão para descrever a rede de contatos. Mas eu acho que está relacionado com comunicação também. Tanto a rede de contatos que a gente fez no NEU, mas a rede

> de contatos que a gente teve que buscar também, individualmente, cada pessoa. E eu acho que isso perpassa muito pela comunicação. A habilidade de comunicação, a habilidade de se apresentar e saber conversar com aquela pessoa para mostrar o que você quer extrair um pouco dela e como você pode ajudar ela também. Acho que essa foi uma habilidade muito importante (E2).

Fazendo um paralelo entre a fala dos quatro entrevistados, pode-se perceber um ponto em comum destacado por eles em relação às habilidades fora o networking/rede de contatos. E entre os ex-participantes do NEU, o que se tornou mais relevante foi a comunicação.

Indagados sobre exemplos práticos em que poderiam utilizar as habilidades empreendedoras que desenvolveram no NEU, os entrevistados forneceram informações relevantes, destacando que utilizam tais habilidades no dia-a-dia e em eventos futuros.

> Às vezes é engraçado que, assim, às vezes eu estou recebendo material de marketing da minha empresa. Então, espontaneamente você já começa a calibrar o seu olho para aquelas coisas. Aí você pensa assim, poxa, mas isso poderia ser melhor de tal jeito. E, assim, esse tipo de habilidade a gente aprende quando a gente está convivendo com isso. E como que a gente convivia com isso? Dentro do grupo, né? (E1).

> Um exemplo disso é que neste fim de semana a gente vai organizar uma feira de agricultores aqui no município. E a gente passa nas propriedades rurais orientando os agricultores que vão participar, primeiro para incentivá -los a participar. E a gente também acaba dando algumas dicas. E nessas ocasiões eu tento não somente passar dicas sobre a produção em si, como eles devem apresentar o alimento, o produto que eles vão, que eles vão comercializar, mas eu procuro sempre incentivar neles e instigar o desenvolvimento de um diferencial competitivo do produto deles. Eu acho que isso vem muito dessa trajetória do NEU e do empreendedorismo. Porque eu tento passar para eles o seguinte, na feira vai ter um monte de agricultor ali, geralmente os preços são basicamente os mesmos. Porque se um agricultor colocar um preço mais baixo ou muito mais alto, ele pode passar a ser mal visto pelos outros parceiros dele ali que também estão comercializando. Então o que eu tento passar é o seguinte, se você comercializar um produto igualzinho, você vai cair naquela mesma malha do preço ali.Mas, se você colocar algum diferencial no seu produto, nem que seja na embalagem, na forma de produção, não usa o termo branding, mas mais ou menos um branding ali do seu produto, você pode trazer um diferencial para ele e trabalhar um preço diferente, porque o seu produto vai ser um produto diferente. Então eu acredito que isso também tem me auxiliado muito nessa questão do novo trabalho agora. (E2).

Percebe-se pela fala dos entrevistados que o contato com o Núcleo de Empreendedorismo Universitário proporcionou mais segurança para o desempenho de função carregadas do ímpeto empreendedor, e além disso, proporcionou maior conforto para auxiliar outras pessoas, seja pela experiência, quer seja pela capacidade de ver o outro, com empatia, buscando ajudar.

Os entrevistados, bolsistas do NEU, também foram solicitados a exporem se acreditavam que o Núcleo de Empreendedorismo poderia ser útil para o desenvolvimento da região em que vivem, qual seja, o Norte de Minas, a fim de que possa ser vislumbrado o

campo de alcance do núcleo em uma esfera de maior abrangência.

> Bom, eu acho que a questão de gerar empregos, se a gente gera empreendedor, se a gente tem empreendedores, a gente tem empregos e hoje o que mantém a economia do Brasil a maioria são micro empreendedores, são pequenas empresas que fazem o eixo rodar. Então, se a gente utilizar o NEU para poder mostrar para as pessoas que empreender não é um bicho de sete cabeças, é uma coisa desafiadora, a gente vai sair da nossa zona de conforto, mas é satisfatório e a gente vai conseguir gerar empregos, impulsionar as outras regiões. Aqui em Montes Claros, por exemplo, a gente tem muita dificuldade em encontrar emprego. Assim, você entrega dez currículos, uma te liga, pelo menos, para dizer para você passar pela primeira entrevista, que assim, é aquela coisa simples, mas ainda assim você é entrevistado. Então, a área que agrícola é muito forte, poderia ser mais forte ainda, né, porque a gente tem vastos territórios e comercial também, acho que falta pelo menos em questão de indústrias (E3).

Pode-se perceber, portanto, pelo relato do entrevistado 3 que existe uma visão de que o Núcleo possui a capacidade de impactar não somente o bolsista, mas também a sociedade em que está inserido. Aliás, pela fala do entrevistado 2 percebeu-se ainda, um exemplo prático de ensino das habilidades adquiridas no NEU à população.

Dessa forma, observa-se que para os discentes entrevistados o NEU foi observado como um divisor na vida pessoal e profissional, auxiliando-os tanto na esfera pessoal, superando desafios como a timidez, como na esfera profissional, fazendo-os se comunicarem melhor e auxiliando-os a desenvolverem suas redes de contatos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral do presente estudo foi alcançado, a saber: analisar a percepção de discentes a respeito da aprendizagem empreendedora a partir do contato com o Núcleo de Empreendedorismo Universitário (NEU). Nesta senda, ainda foi possível descrever a organização utilizada para gerir o projeto, com o fim de entender em qual contexto as experiências relatadas pelos participantes do NEU se davam.

Os resultados apontaram que para integrantes do Núcleo de Empreendedorismo, ele pode ser visto como um dos responsáveis pelo desenvolvimento de habilidades que fornecem ao discente o enriquecimento da sua base de habilidades complementares e desenvolvimento do ímpeto empreendedor na jornada profissional, seja como dono de negócio ou celetista; dado que essa didática se difere do modelo de ensino teórico. Os resultados também apontaram que apesar de ser percebido pelos entrevistados como um modelo de ensino ainda em desenvolvimento, pode-se conferir uma visão positiva quanto ao alcance de habilidades tidas como complementares para a formação profissional durante a graduação.

Assim, pode-se deduzir que as habilidades desenvolvidas no NEU foram observadas pelos entrevistados como positivas na formação pessoal e profissional, bem como o desenvolvimento das relações interpessoais, promovendo a ampliação das redes de contato dos alunos.

Acredita-se que o presente estudo contribui para a literatura da área em dois principais aspectos. Primeiramente, do ponto de vista teórico, este estudo contribui para a produção científica acerca de um tema ainda considerado complexo e multifacetado e também pela ausência de práticas voltadas ao empreendedorismo em si na graduação, seja pelas dificuldades financeiras, seja também pela falta de engajamento público dos discentes e docentes de cada instituição educacional.

Segundo, do ponto de vista prático e gerencial, o presente estudo contribui ao evidenciar pontos de relevância observados por discentes ao estabelecerem contatos com o uma das atividades de fomento ao empreendedorismo dentro da universidade, capaz de auxiliar na tomada de decisões e fomento ao ensino empreendedor, uma vez que no contexto de melhoramento do modelo de ensino o estudo pode servir para o nível Macro, Estado (iniciativa Governamental) traçar planos de ensinos voltados para o desenvolvimento de competências; Micro, Universidades, do ponto de vista de ações individuais que podem tornar o ensino mais interativo e preparar melhor os discentes para o mercado de trabalho. Ainda tem o fator local, onde o estudo ajuda o próprio núcleo de empreendedorismo entender a

relevância das ações e se alinhar para gerar ainda mais impacto nas próximas gerações do NEU.

Em relação às limitações de estudo cabe destacar a falta de disponibilidade de mais ex-participantes em colaborar com a presente pesquisa, que teve como fim último buscar enriquecer a análise das percepções dos discentes a respeito do desenvolvimento empreendedor a partir do contato com Núcleo; bem como observar percepções de pessoas que estabelecem relação profissional com ex-participantes, podendo pontuar suas percepções sobre habilidades e a contribuição desses indivíduos para o meio onde estão inseridos. Desse modo, sugere-se, portanto, como oportunidades de pesquisas futuras, que novos estudos sobre a temática, busquem a colaboração não só de ex-participantes dos núcleos de estágio, mas também com parceiros no mercado de trabalho, com o fim de se compreender melhor como é visto o desempenho do profissional "empreendedor" dos discentes que estabeleceram vínculo com o NEU, no mercado de trabalho e quais dessas habilidades ainda podem ser melhor trabalhadas em atividades de fomento ao empreendedorismo dentro de universidades para proporcionar impactos positivos no desempenho de atividades profissionais.

REFERÊNCIAS

AJZEN, I. **The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179 -211, 1991.

Bardin, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

Benvenutti, Dilva Bertoldi**. A avaliação das aprendizagens:** uma perspectiva de não violência. Disponível em:https://retratosdaescola.emnuvens.com.br/rde/article/view/795. Acesso em: 10 mai. 2022.

BIRD, B. **Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions**. Academy of Management Review, v. 13, n. 3, p. 442-454, 1988.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. São Paulo: Cortez, 1998.

DEGEN, Ronald Jean. **Empreendedor:** empreender como opção de carreira.São Paulo: Pearson, 2009.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza: 1ª ed. São Paulo: Editora Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

ETZKOWITZ, HENRY e ZHOU, CHUNYAN. **Hélice Tríplice**: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. Estudos Avançados [online]. 2017, v. 31, n. 90. pp. 23-48. Disponível em: https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.3190003. Acesso em: out. 2022

FREEMAN, Christoph. **A economia da inovação industrial**. Editora da UNICAMP, 2008.

FILION, Louis; DOLABELA, Fernando. **Boa Ideia! E agora**: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa: 1ªed. São Paulo: Editora Cultura, 2000.

GEM 2015 – Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório Executivo - Empreendedorismo no Brasil**. 2015. Curitiba: IBPQ, 2015. 178p. 22ed.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. **Empreendedorismo, inovação e sustentalibilidade.** Disponível em:https://lempi.ufsc.br/files/2017/01/Ebook_completo_150117-1.pdf. Acesso em: 10 mai. 2022.

LUNDVALL, Bengt-Åke. **National innovation systems:** towards a theory of innovation and interactive learning. London: Pinter, 1992.

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

Nelson, Richard. **National Systems of Innovation:** a Comparative Study (Oxford University Press, Oxford). 1993.

QUEIROZ, Danielle Teixeira; VALL, Janaina. **Observação participante na pesquisa qualitativa**: conceitos e aplicações na área da saúde. Revista Enferm UERJ, Rio de Janeiro, 2007 abr/jun; 15(2):276-83.

Rosa, Augusto. **Empreendedorismo, Inovação e Criatividade:** Uma Análise Bibliométrica. Disponível em:http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.34686.41284. Acesso em: 07 jun. 2022.

Schumpeter, Joseph Alois. **The concise encyclopedia of economics**. Disponível em: http://www.econlib.org/library/Enc/bios/Schumpeter.html. Acesso em: 05 mar. 2022

Silveira, Glaucia Bambirra. **Empreendedorismo no Brasil em crise:** uma Análise de Resultados sob o Enfoque da Competitividade, Inovação e Prosperidade. Disponivel em: https://revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/12444/7152. Acesso em: 10 mai. 2022.

SILVA, Edna Lúcia, MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Disponível em: https://cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcb/files/2011/03/Metodologia-da-Pesquisa-3a-edicao.pdf. Acesso em: 22 jul. 2023.

SOUZA, Rosiley dos Santos. **Intenção Empreendedora:** Validação De Modelo Em Universidades Federais De Mato Grosso Do Sul, Brasil. São Paulo, 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Pós Graduação em Administração, Universidade Nove de Julho, 2015.

Apêndice

1- Novos bolsistas (Expectativas/perspectivas)

ROTEIRO DE ENTREVISTA
PARTE 1: IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO
Local, dia e horário da entrevista:
Em qual curso está matriculado? Qual semestre?
Em qual área você atua no NEU?
Idade:
PARTE 2: Resultados gerados pelas ações do NEU
1. Porque você decidiu participar do NEU?
0. Quais áreas e habilidades (pessoais e profissionais) você busca desenvolver no NEU? Explique como o NEU pode te ajudar a desenvolvê-las.
0. Como você acredita que um Núcleo de empreendedorismo universitário pode ser útil no desenvolvimento de uma região?

2- Estudantes que já passaram pelo NEU (Impacto)

ROTEIRO DE ENTREVISTA
PARTE 1: IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO
Local, dia e horário da entrevista:
Você concluiu a graduação? Qual curso? Cursou pós-graduação? Em caso afirmativo, em qual área?
Idade:
PARTE 2: Resultados gerados pelas ações do NEU
1. Qual a sua principal ocupação atual? Em quais das suas funções você acredita que o empreendedorismo é relevante?
0. Quais experiências no NEU você considera um momento de aprendizagem?
0. Como você define o NEU e como ele impactou na sua formação pessoal e profissional?
0. Quais as principais habilidades empreendedoras você desenvolveu no NEU e quais delas você mais utiliza hoje? Dê exemplos