

ISBN - 978-65-86558-46-3

UFSCar UNIVERSIDADE
FEDERAL DE
SÃO CARLOS

CEE 2021

Conferencia sobre Educación para Emprender
Conference on Entrepreneurship Education
Conferência sobre Educação para o Empreendedorismo

SEPTEMBER 22-23, 2021
SÃO CARLOS | SÃO PAULO | BRAZIL

ORGANIZATION:



SUPPORT TEAMS:





UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO E DE EMPREENDEDORISMO EM TECNOLOGIA
ASSISTIVA, ESPORTE E SAÚDE DO DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FÍSICA
E MOTRICIDADE HUMANA



Conferencia sobre Educación para Emprender

Conference on Entrepreneurship Education

Conferência sobre Educação para o Empreendedorismo

Proceedings of the VII Conference on Entrepreneurship Education – CEE'2021

Prof.Dr. José Marques Novo Júnior, Chair of the Local Organizing Commission

Local Organizing Commission:

Prof.Dr. José Marques Novo Júnior - Chair

Profa.Dra. Marcilene Dantas Ferreira – Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, Brazil

Prof.Dr. Adair Roberto Aguiar – Programa de Pós-Graduação Interunidades em Bioengenharia, EESC-USP, Brazil

Prof.Dr. Dante Luiz Juliatto – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brazil

Prof.Dr. Javier Lottersberger – Universidad Nacional del Litoral – UNL, Argentina

Prof.Dr. Juan Pablo Roux – Universidad Nacional del Litoral – UNNE, Argentina

São Carlos
2022



Organizing Team

Local Organizing Commission

José Marques Novo Jr. – Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, Brazil
Marcilene Dantas Ferreira – Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, Brazil
Adair Roberto Aguiar – Bioengenharia EESC-USP, Brazil
Dante Luiz Juliatto – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brazil
Javier Lottersberger – Universidad Nacional del Litoral – UNL, Argentina
Juan Pablo Roux – Universidad Nacional del Litoral – UNNE, Argentina

Organizing Commission

Ana Daniel, DEGEIT, Universidade de Aveiro, Portugal
João José Pinto Ferreira, Faculdade de Engenharia of University of Porto -Departamento de Engenharia Industrial e Gestão; INESC TEC, Portugal
Loreto Fernandez Fernandez, Universidade de Santiago de Compostela, Spain
Miguel Torres Preto, IN+, Instituto Superior Tecnico, University of Lisbon; CeBER, University of Coimbra, Portugal
Paulo Afonso, Universidade do Minho, Portugal
Pedro Torres, CeBER, Universidade de Coimbra, Portugal
Rui Quaresma, Management Department-School of Social Sciences-University of Evora and Center for Advanced Studies in Management and Economics (CEFAGE-UE), Portugal

Scientific Commission

Adair Roberto Aguiar, University of São Paulo, Brazil
Adriana Fumi Chim Miki, University of Campina Grande, Brazil
Annibal Affonso Neto, University of Brasília, Brazil
Ana Daniel, University of Aveiro, Portugal
André Coimbra Felix Cardoso, Federal University of Sao Carlos, Brazil
António Coelho, University of Porto, Portugal
Antonio Fernández Portillo, University of Extremadura, Spain
Bengt Johannisson, Linnaeus University, Sweden
Boaventura Monjane, University of the Western Cape, South Africa
Cândido Vieira Borges Júnior, Federal University of Goias, Brazil
Carlos Brito, University of Porto, Portugal
Catarina Roseira, University of Porto, Portugal
Celso da Costa Carrer, University of São Paulo, Brazil
Cesar Alves Ferragi, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Cristina Lucia Janini Lopes, Federal Institute of South of Minas, Brazil
Dante Luiz Juliatto, Federal University of Santa Catarina, Brazil
Diego Fettermann, Federal University of Santa Catarina, Brazil
Edward David Moreno, Federal University of Sergipe, Brazil
Eliana Cristina da Silva Rigo, University of São Paulo, Brazil
Elvia María Gonzalez Agudelo, University of Antioquia, Colombia
Fernanda Rossi Paolillo, State University of Minas Gerais, Brazil
Francisco Trivinho Strixino, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Gilberto Eiji Shiguemoto, Federal University of São Carlos, Brazil
Grace A.de Oliveira Gomes, Federal University of São Carlos, Brazil
Guilherme B.Benitez, Federal University of Rio Grande do Sul, Brazil
Gustavo Patow, University of Girona, Spain
Houssein Eydi, Razi University, Iran
Ignacio Mira Solves, Miguel Hernández University of Elche, Spain
Isabel Neira Gómez, University of Santiago de Compostela, Spain
Isidro De Pablo, Autonomus University of Madrid, Spain
Javier Lottersberger, National University of the Littoral, Argentina
Jerônimo Alves dos Santos, Federal University of São Carlos, Brazil
Jerónimo García-Fernández, University of Sevilla, Spain
Jorge Antonio Fiol, National University of Northeast, Argentina

Josária Ferraz Amaral, Federal University of Juiz de Fora, Brazil
José María Gómez Gras, Miguel Hernández University of Elche, Spain
José Paulo Esperança, University Institute of Lisbon, Portugal
José Ruiz Navarro, University of Cádiz, Spain
Juan J. Jiménez Moreno, University of Castilla-La Mancha, Spain
Juan Pablo Roux, National University of Northeast, Argentina
Julio Ernesto Colla, State University of Paraná, Brazil
Keywan Zamany Dadaneh, University of Kurdistan, Iran
Lauro Wichert-Ana, University of São Paulo, Brazil
Lázaro Rodríguez Ariza, University of Granada, Spain
Leandro Innocentini Lopes de Faria, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Leonice Aparecida Doimo, Air Force University, Brazil
Loreto Fernandez Fernandez, University of Santiago de Compostela, Spain
Luciana Tottereau Diaz, National University of the Littoral, Argentina.
Luis Hernán Palacios Correa, Pontifical Catholic University, Chile
Luisa Cagica Carvalho, Polytechnic Institute of Setúbal, Portugal
Luiz Carlos de Faria, Federal University of São Carlos, Brazil
Luiz Fernando Takase, Federal University of São Carlos, Brazil
Manuela Ramos da Silva, Federal University of Sergipe, Brazil
Márcio Fagundes Goethel, University of Porto, Portugal
Marco Túlio de Mello, Federal University of Minas Gerais, Brazil
Marcilene Dantas Ferreira, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Márcio Fagundes Goethel, University of Porto, Portugal
Maria Elena Leon Olave, Federal University of Sergipe, Brazil
Maria Gabriela Latorre, Universidad Nacional del Nordeste, Argentina
Mariano Nieto Antolín, University of León, Spain
Marilde Terezinha Prado Santos, Federal University of São Carlos, Brazil
Marta Cristina Marjotta-Maistro, Federal University of São Carlos, Brazil
Miguel Amaral, University of Lisbon, Portugal
Miguel Torres Preto, University of Lisbon, Portugal
Morales Raymundo, Cayetano Heredia University, Peru
Nara Rossetti, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Patricia Belén Demuth Mercado, National University of Northeast, Argentina
Patrícia Villar Martins, UFSCar Innovation Agency, Brazil
Paula Hentschel Lobo da Costa, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Paulo Mazzoncini de Azevedo Marques, University of Sao Paulo, Brazil
Paulo Sérgio Lima Pereira Afonso, University of Minho, Portugal
Pedro Marcelo Torres, University of Coimbra, Portugal
Pedro Saraiva, University of Coimbra, Portugal
Rafael Vidal Aroca, UFSCar Innovation Agency, Brazil
Rafaela B. Diegoli, Monterrey Institute of Technology, Mexico
Reza Mohammadkazemi, University of Tehran, Iran
Ricardo Hernández Mogollón, University of Extremadura, Spain
Rogério Aparecido Sá Ramalho, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Roniberto Morato do Amaral, Federal University of Sao Carlos, Brazil
Rosa Batista Canino, Univ. of Las Palmas de Gran Canaria, Spain
Rui Baptista, University of Lisbon, Portugal
Rui Quaresma, University of Evora, Portugal
Samaneh Almasi, Razi University, Iran
Sandra Dias Faria, University of the Azores, Portugal
Sandra Marnoto, University Institute of Maia, Portugal
Sara Fernández, University of Santiago de Compostela, Spain
Sebastian Rossin, National University of the Littoral, Argentina
Soumodip Sarkar, University of Évora, Portugal
Susana Cristina Domenech, State University of Santa Catarina, Brazil
Susana Maria Soares, University of Porto, Portugal
Vanderlei Salvador Bagnato, University of Sao Paulo, Brazil

© 2022 by José Marques Novo Júnior, Marcilene Dantas Ferreira, Adair Roberto Aguiar, Dante Luiz Juliatto, Javier Lottersberger, Juan Pablo Roux, organizadores
Projeto Gráfico e Diagramação: Organizadores
Correção e Revisão Ortográfica (Português, Inglês, Espanhol): José Marques Novo Júnior
Parecerista: José Marques Novo Júnior
Normalização Bibliográfica: Marina P. Freitas

Dados internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

Ficha catalográfica elaborada pela Bibliotecária Marina P. de Freitas CRB-8 6069

VII Conferencia sobre Educação para o Empreendedorismo (7 : 2021 : São Carlos, SP, Brasil)

Anais da VII Conferencia sobre Educação para o Empreendedorismo, 22-23 de setembro de 2021. – Documento eletrônico. – São Carlos, SP, Brasil; organizadores: José Marques Novo Júnior ... [et al], Organizadores. – São Carlos: Universidade Federal de São Carlos, 2022 – Modo de acesso: <https://cee.inesctec.pt/>.

ISBN - 978-65-86558-46-3

1. Educação empreendedora. 2. Empreendedorismo. 3. Conferências. 4. Inovação. I. Título.



Reitora

Ana Beatriz de Oliveira

Vice-Reitora

Maria de Jesus Dutra dos Reis



Foreword

I would like to open this preface with a very special thanks to entire CEE Organizing Commission, for the confidence in the challenge of holding CEE'2021 in Brazil and specially at UFSCar: Ana Daniel (University of Aveiro, Portugal), João José Ferreira Painto (University of Porto, Portugal), Loreto Fernandez Fernandez (University of Santiago de Compostela, Spain), Miguel Torres Preto (University of Lisbon, Portugal), Paulo Afonso (University of Minho, Portugal), Pedro Torres (University of Coimbra) and Rui Quaresma (University of Evora, Portugal).

Therefore, it was a pleasure and a great honor to host the Conference on Entrepreneurship Education, CEE'2021, in its 7th edition in São Carlos, SP, Brazil on September 22-23, 2021. Exceptionally, this year the conference was held 100% remotely, due to the COVID-19 pandemic.

The CEE'2021 organization was a joint action between the following institutions and support teams:

- Federal University of Sao Carlos – UFSCar,
- Innovation and Entrepreneurship Laboratory in Assistive Technology, Sports and Health – LIETEC/UFSCar
- Interunit Bioengineering Program at Sao Paulo University – EESC/USP
- Asociación de Universidades Grupo Montevideo – AUGM
- Master Business Innovation – MBI/UFSCar
- JUMPER Equipments and Wheelchairs – Rio Claro/SP/Brazil
- League of Entrepreneurship of Sao Carlos – LESC
- Physical Education and Human Motricity Department – DEFMH/UFSCar
- Pro-Rectorate of Extension – ProEx/UFSCar

As the previous edition, CEE'2021 is the result of a continuous effort for promoting an international forum for the discussion of entrepreneurship education. And because it was held remotely, the event took place on two consecutive days.

The program was configured so that all authors could present their work, consisting of a video of up to 5 minutes (PITCH) followed by interaction with the coordinators of the paper presentation sessions. This format proved to be very productive due to the interaction between the participants. In the plenary sessions and lectures we were honored to have the participation of important entrepreneurs and

researchers. The conference program is presented below and can still be accessed on the LIETEC website:

<https://www.lietec.ufscar.br/CEE2021>

Theme of the CEE'2021: Challenges and solutions in times of Pandemic.

September 22th

Opening Ceremony: Participation of the following authorities: Prof.Dr. João José Pinto Ferreira, as President of the Organizing Commission; Prof.Dr. José Marques Novo Júnior, Chair of the Local Organizing Commission and Profa.Dra. Maria de Jesus Dutra dos Reis, Vice-Rector of UFSCar.

Openig Lecture: *"GEM data and the challenges to carry out entrepreneurship education"*. Speakers: Prof.Dr. Eduardo Vilas Boas, Manager of the Administration Course with a focus on entrepreneurship at Faculty SEBRAE/SP and Prof.Dr. Paulo Henrique Barroso Menezes, Manager of the Entrepreneurial Culture Unit at SEBRAE/SP.

Plenary Session 1: *"Transformative classes with the inclusion of entrepreneurial skills in the contents of the subjects"*. Speakers: Profa.Dra. Ana Lúcia Vitale Torkomian, UFSCar/FORTEC/Brazil; Profa.Dra. Ana Maria Frattini Fileti, UNICAMP/INOVA/Brazil and Prof.Dr. Paulo Schor, UNIFESP/FAPESP/Brazil.

Conferences – 1st part (papers presentation): virtual rooms with presentation of the video-PITCH of the papers followed by discussion between participants and authors.

September 23th

Special Session: *"How to undertake and innovate in Education in times of Pandemic"*. Speakers: Mrs.Carolina Kobylanski and Pablo Moya, JUMPER Equipments and Wheelchairs, Rio Claro/SP/Brazil; Prof.Dr. Franco Francisca, Cordoba National University, Argentina and Prof.Dr. Adolfo Torres, Northeast National University, Argentina.

Plenary Session 2: *"Challenges for the dissemination of scientific knowledge to enrich the content of subjects in basic education"*. Speakers: Profa.Dra. Anapátricia Morales Vilha, UFABC/Brazil; Profa.Dra. Viginia Barba-Sánchez, University of Castilla-

La Mancha, Spain; Prof.Dr. Pedro Saraiva, University of Coimbra, Portugal and Prof.Dr. Sandro Deretti, State University of Paraná, Brazil.

Conferences – 2nd part (papers presentation): virtual rooms with presentation of the video-PITCH of the papers followed by discussion between participants and authors.

Plenary Session 3: “Building a legacy”. Free participation of speakers, authors and audience.

Closing Session: “Evaluation and perspectives for the event’s legacy”. Free participation of speakers, authors and audience.

To all speakers, we are grateful for their participation and for their most valuable contribution to CEE’2021. Thank you so much!

Special thanks for the commitment shown by all authors that made excellent videos-PITCH with such care and attention and participated in the discussions contributing with their great knowledge in their research areas. The event was a success because of you.

Acknowledgements are due to the members of the Local Organizing Commission, Marcilene Dantas Ferreira (UFSCar, Brazil), Adair Roberto Aguiar (EESC-USP, Brazil), Dante Juliatto (UFSC, Brazil), Javier Lottersberger (UNL, Argentina) and Juan Pablo Roux (UNNE, Argentina) for their valuable commitment.

Special thanks to everyone at JUMPER, LESC, MBI-UFSCar, AUGM, PROEX, DEFMH and Bioengineering Program at EESC-USP for their immeasurable help. Without you the event would not have been held.

Finally, everyone will be able to access the videos of the lectures and plenary sessions on the YouTube® channel of the event:

Sept 22: <https://www.youtube.com/watch?v=-wNcAEOchUQ>

Sept 23: <https://www.youtube.com/watch?v=JRTQoBocMfg>

I wish everyone to overcome the challenges of this pandemic period and that soon we will be able to see each other in person at the next conferences.

Sao Carlos, September 22-23, 2021

José Marques Novo Júnior
Chair of the CEE’2021 Local Organizing Commission



Table of Contents

EXPERIENCIA DE INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE – PLAN ESTRATÉGICO	15
FATORES NECESSÁRIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA EDUCAÇÃO EMPRENDEDORA NA EDUCAÇÃO BÁSICA	20
PROPOSIÇÕES PARA UMA CONCEPÇÃO MULTIDIMENCIONAL DA FORMAÇÃO EMPRENDEDORA NA EDUCAÇÃO BÁSICA.....	27
FORMAÇÃO PARA ATIVIDADE EMPRENDEDORA SUPORTADA POR RECURSOS TECNOLÓGICOS E INOVADORES: MAPEAMENTO BIBLIOMÉTRICO E VISUALIZAÇÃO	33
DIAGRAMA DE CONEXÕES SOCIAIS PARA SUPORTE À ESTRUTURAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS EFFECTUAIS	39
SÊ MAIS DO QUE A VISTA ALCANÇA, MINI-CURSO DE EMPREENDEDORISMO	44
APRESENTAÇÃO DE PESQUISA: 16 BOAS PRÁTICAS NO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO	49
RELATO DO DO PROGRAMA “GLOBAL INNOVATION PORTUGAL”	55
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:A RECONSTRUÇÃO DO PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO GARAGE UFPR	60
BENEFÍCIOS DA GESTÃO DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS EM STARTUPS	64
USING THE BUSINESS MODEL CANVAS IN A SOFTWARE ENGINEERING COURSE	70
EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EDUCACIÓN SUPERIOR. UNA EXPERIENCIA CON ONGS	75
CREATIVITY IN ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: LEARNING THROUGH PRACTICING CULTURAL ENTREPRENEURSHIP	80
EDUCAÇÃO EMPRENDEDORA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE: PANORAMA, TENDÊNCIAS E PRÁTICAS	85
NEGÓCIO DE GESTÃO DE OFERTA E PROCURA DE EMPREGO NA ÁREA DO DESPORTO	90
EXPERIENCIA INTERNACIONAL DE ENSEÑANZA EN EMPREENDEDORISMO: EL CASO UNL.....	94
ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP BEHAVIOR OF UNIVERSITY STUDENTS.....	98
PROGRAMA UNLBIO: ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE BIOPROYECTOS	103
AN ANALYSIS OF STAKEHOLDER PARTICIPATION IN THE ECOSYSTEM OF EFFECTIVE ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN EDUCATION WITH AN ENTREPRENEURIAL TRAINING APPROACH	107
IDENTIFYING OPPORTUNITIES AND THREATS FOR SPORTS SCIENCE SCHOOLS IN RELATION TO INCUBATORS AND SCIENCE AND TECHNOLOGY PARKS.....	112
STARTUPS’ INVESTMENT ONTOLOGY: THE ENTREPRENEUR AND INVESTOR PERSPECTIVES.....	118
TALLER DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS: PRÁCTICA EXPERIENCIAL , PERIODO 2017-2020.	123

EXPERIENCIA DE INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN EMPREDEDORA EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE – PLAN ESTRATÉGICO

Adolfo José Ramón Torres, Lic en Economía, atorres@comunidad.unne.edu.ar
Marcos Macedonio Suarez, Contador, marcos.suarez@comunidad.unne.edu.ar
Javier Alejandro Castagné, Contador, jacastagne@comunidad.unne.edu.ar

La Universidad Nacional del Nordeste, se enfrenta al diario desafío de formar personas capaces de impulsar procesos de transformación al interior del tejido social y productivo, de comprometerse e involucrarse desde la acción cotidiana para ser sujetos activos del desarrollo.

Es así que hace más de 10 años ofrece un espacio de interacción para llevar adelante acciones de formación, de investigación y de extensión, que promuevan y fomenten la cultura emprendedora en nuestra región y a partir del año 2018, con un horizonte temporal a tres años, implementó acciones estratégicas con la finalidad de arraigar en el seno de la Comunidad Universitaria el desarrollo de una cultura emprendedora propia, hacia un nuevo paradigma donde "la Universidad forma a sus estudiantes para ser profesionales con espíritu emprendedor generadores de sus propios proyectos", dejando atrás el paradigma establecido en donde "la Universidad forma a sus estudiantes para ser empleados" e incorporando la temática emprendedora tanto en asignaturas; como en los planes de estudio de las carreras.

Mediante la realización de actividades orientadas a toda la comunidad universitaria, estudiantes, docentes y no docentes, se busca quebrar esos antiguos paradigmas existentes en la formación universitaria y su acercamiento al desarrollo de emprendimientos sociales, culturales y productivos.

El Plan estratégico denominado "Generación de Cultura Emprendedora en la Universidad Nacional del Nordeste con impacto en el Medio" tiene el objetivo de propiciar a través de la Universidad un cambio cultural respecto de la visión de la acción emprendedora, como recurso de desarrollo personal y comunitario, creando un espacio de conocimiento que permita contribuir al proceso de vinculación del conocimiento científico-tecnológico y del sector productivo.

El diseño y la ejecución de los ejes y líneas de acción se diseñaron teniendo en cuenta el desarrollo de actividades que abarquen a la mayor cantidad de integrantes de la comunidad universitaria de la Universidad Nacional del Nordeste, de manera de

conseguir masa crítica para el desarrollo de una cultura emprendedora en la UNNE; a través de la identificación de socios claves al interior y exterior de la Universidad; trabajando a partir de la definición de un lenguaje y de criterios comunes a la hora de fomentar el desarrollo de una cultura emprendedora integral; teniendo como base la construcción colectiva de contenido y metodologías de abordaje de la temática emprendedora, basado en el desarrollo de competencias y la consolidación del ecosistema emprendedor de la Región Nea.

Para implementar las acciones planificadas, se definieron tres etapas, con metas e hitos bien definidos que determinan la concreción de cada una de ellas. En primer lugar, se busca el objetivo de incrementar la masa crítica de miembros de la comunidad de la UNNE interesados en el desarrollo de una cultura Emprendedora; a través de la conformación de una Red de Docentes e Investigadores Emprendedores de las Unidades Académicas, incorporando el tema emprendedor en la fase inicial de la formación de los estudiantes; consolidando el trabajo realizado por la Agencia de Innovación y Desarrollo de la UNNE, por medio de la Cátedra Libre para Emprendedores Universitarios y la generación de masa crítica de estudiantes interesados en temas de emprendedorismo. Siendo el hito clave la creación y consolidación de la Red de Docentes e Investigadores Emprendedores de la UNNE.

En segundo lugar, se busca el objetivo de consolidar el grupo de Formador de Formadores y de Emprendedores de la UNNE; y la construcción colectiva de contenido y metodologías de abordaje de la temática emprendedora, basado en el desarrollo de competencias, a través de la consolidación de una Red de Docentes e Investigadores de las Unidades Académicas; la construcción colectiva de contenido y metodologías de abordaje de la temática emprendedora, basado en el desarrollo de competencias e incrementar el grupo de estudiantes interesados en temas de emprendedorismo. Siendo el hito clave la implementación del Taller de Formador de Formadores.

En tercer lugar, se busca el objetivo de implementar y consolidar distintas ofertas de formación para la comunidad universitaria, a través de la incorporación a los Planes de Estudio de materias relacionadas con el tema emprendedor; diseñar e implementar materias optativas específicas y diseñar ofertas académicas de posgrado. Siendo el hito clave el diseño de ofertas académicas de posgrado.

Dentro de este recorrido es dable mencionar a la Cátedra Libre para Emprendedores (Resolución 644/11 CS), como espacio de interacción para llevar

adelante acciones de formación, de investigación y extensión, que promueve y que fomente la cultura emprendedora en nuestra región. Desde su creación se realizaron las siguientes actividades generales:

- El dictado de la Asignatura “Formación para emprendedores” la cual puede ser tomado como Asignatura Libre por los estudiantes de las diferentes unidades académicas de la UNNE y como Optativa por los estudiantes de las Facultades de Ciencias Económicas, de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura y de Ciencias Naturales y Exactas.

- La realización de Conferencias y Talleres de Capacitación para emprendedores.

- La planificación y organización de Cursos, Jornadas y Simposios sobre emprendedorismo y otras cuestiones subyacentes.

- La dirección y participación en proyectos de Investigación, dirigidos a generar conocimiento científico sobre la temática del emprendedorismo.

- La ejecución de proyectos de Extensión con el objetivo de apuntalar el compromiso de la Universidad con la sociedad y viceversa.

Asimismo, la conformación de una Red de Docentes e Investigadores Emprendedores de las Unidades Académicas, constituyó todo un desafío y se llevó a cabo gradualmente, desde 2017, con Talleres de Sensibilización en la temática desarrollados en Corrientes y Resistencia (sedes centrales de las diversas unidades académicas de nuestra universidad) y que derivó en el dictado de la primera cohorte de la “DIPLOMATURA SUPERIOR EN FORMACIÓN EN COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS”, aprobada por Rs. 283/18 C.S. de la U.N.N.E., siendo hoy la Red una formidable herramienta de concientización y comunicación en las distintas unidades académicas para el logro de los objetivos propuestos.

Actualmente nos encontramos en la ejecución de la tercera etapa del plan con algunos resultados para mostrar:

- Talleres de sensibilización para alumnos ingresantes a la universidad, con temas claves sobre temática emprendedora.

1535 alumnos ingresantes sensibilizados en temática emprendedora.

Cuatro (4) Unidades Académicas alcanzadas.

- Visitas a emprendimientos productivos locales con alumnos de la Asignatura Formación de Emprendedores Universitarios

Treinta y dos (32) alumnos participaron de la actividad.

Dos (2) empresas locales visitadas.

Tres (3) empresarios compartieron su experiencia emprendedora.

- Generación de una red de docentes e investigadores para el desarrollo de un contexto emprendedor en la Universidad.

El 73% de las unidades académicas de nuestra universidad cuenta con docentes en la Red; habiendo participado en total de las actividades 74 docentes.
Total de Unidades Académicas de la UNNE: 11

- Generación de capacitaciones que promuevan la certidumbre en los actores institucionales sobre las ventajas de un contexto emprendedor y la formación de personas emprendedoras, contribuyendo a la generación de masa crítica.

Una “DIPLOMATURA SUPERIOR EN FORMACIÓN EN COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS”, aprobada por Rs. 283/18 C.S. de la U.N.N.E. 137 horas reloj. (62hs presenciales + 75hs virtuales)

- Desarrollo de actividades que aporten soluciones innovadoras a problemas reales de empresas e instituciones del NEA y fomentar la innovación en estudiantes de ingeniería agronómica y otras carreras.

2 competencias de proyectos rápidos simultáneas.

95 participantes en ambas competencias (18 inscriptos Facultad de Cs. Agrarias y 77 inscriptos Facultad de Ingeniería).

19 equipos trabajaron y presentaron propuestas de solución (4 equipos Facultad de Cs. Agrarias y 15 equipos Facultad de Ingeniería).

4 equipos ganadores.

- Asignatura Formación para Emprendedores Universitarios de la Cátedra Libre para Emprendedores de la Agencia de Innovación y Desarrollo (UNNE) – Cuatrimestral.

2012 - 20 alumnos presentaron trabajo final

2013 - 11 alumnos presentaron trabajo final

2014 - 23 alumnos presentaron trabajo final

2015 - 18 alumnos presentaron trabajo final

2016 – 22 alumnos presentaron trabajo final

2017 - 15 alumnos presentaron trabajo final

2018 - 24 alumnos presentaron trabajo final

2019 - 19 alumnos presentaron trabajo final

2020 - 24 alumnos presentaron trabajo final

Finalmente, en este proceso nuestra universidad se presentó también a la convocatoria **“Redes de Universidades Emprendedoras 2019”**, aprobada por Resolución RESOL-2019-118-APN-SECPU#MECCYT con el proyecto **“Red de docentes Emprendedores”**, junto a la Universidad Adventista del Plata; Universidad Autónoma de Entre Ríos; Universidad Empresarial Siglo 21; Universidad Nacional de Cuyo; Universidad Nacional de Córdoba; Universidad Nacional de Entre Ríos; Universidad Nacional de General Sarmiento; Universidad Nacional del Litoral; Universidad de Concepción del Uruguay, habiendo sido aprobado y en espera de su implementación.

FATORES NECESSÁRIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NA EDUCAÇÃO BÁSICA

Agair Juliete C. Carvalho, Universidade Federal de Sergipe, agair.carvalho@academico.ufs.br
Manuela Ramos da Silva, Universidade Federal de Sergipe, manuela@academico.ufs.br

INTRODUÇÃO

Este artigo buscou identificar os fatores necessários para a implementação da formação empreendedora na Educação Básica a partir da literatura científica nas bases de dados *Web of Science*, *Scielo* e *Google Scholar* acerca do tema educação empreendedora e inovação na Educação Básica, além desses também utilizou-se como fonte de dados alguns livros, como *Pedagogia Empreendedora* de Dolabela (2003) e *Pedagogia da Autonomia* de Freire (1996). Esta pesquisa bibliográfica assumiu como premissas: a heterogeneidade na implementação da educação empreendedora nas instituições de ensino da Educação Básica (PEPIN; ST-JEAN, 2019; WHITLOCK, 2019; SOMMARSTRÖM; OIKKONEN; PIHKALA, 2020) e a complexidade que envolve a temática fica evidente diante da diversidade de recursos necessários para a sua atuação (SYLVESTER, 1994; HIETANEN, 2015; RÖNNKÖ; LEPISTÖ, 2015; JAYAWARNA *et al.*, 2014; CÁRCAMO-SOLÍS *et al.*, 2017; SOMMARSTRÖM, OIKKONEN; PIHKALA, 2020). Como resultado, os fatores identificados na literatura foram agrupados em três seções: 1) recursos tangíveis e intangíveis, 2) formação dos profissionais de educação e 3) formação em redes de colaboração.

RECURSOS TANGÍVEIS E INTANGÍVEIS

Conforme Wernerfelt (1984, p. 172), “por recurso, entende-se tudo aquilo que poderia ser pensado como uma força ou uma fraqueza de uma determinada empresa”. A classificação de tais recursos varia em tangíveis e não tangíveis e estes podem ser categorizados em financeiro, físico, humano e organizacional, além de serem utilizados de forma estratégica para se alcançar os objetivos traçados (CARVALHO, 2010).

De acordo com Vieira *et al.* (2020, p. 1439), qualquer etapa da Educação Básica depende de uma série de recursos, como por exemplo, as “reformas no âmbito curricular”, investimento “em estrutura, formação, carreira e condições profissionais

para estudo, planejamento e avaliação contínua das práticas efetivadas”.

Lüdke e Cruz (2005, p. 95) expõem que faltam recursos, como o “tempo do professor, a inadequação das estruturas e a ausência de órgãos de fomento”, essas “são as principais dificuldades apontadas” nas condições de trabalho do professor da Educação Básica, o que impossibilita avanços satisfatórios aos desafios das instituições de ensino.

Cárcamo-Solís *et al.* (2017) enfatizam que a disponibilidade de recursos econômicos, a atuação de professores tutores e conselheiros, a participação dos pais e da comunidade, e o reconhecimento de oportunidades são elementos essenciais para o desenvolvimento de um ambiente social e sustentável, o qual a educação empreendedora busca promover. Conforme esses autores, o professor tem o papel não só de instruir os alunos, mas também de incentivá-los na busca de soluções criativas com os recursos disponibilizados, ajudar em negociações com as partes interessadas e reforçar a confiança entre os envolvidos.

Jayawarna, Jones e Macpherson (2014) acrescentam que, o conjunto de conhecimentos e habilidades do indivíduo formam o seu capital humano, esses se associam ao capital cultural e social, representado principalmente pela família e pelo contexto no qual a pessoa está inserida. Conforme esses autores, os capitais expostos são recursos que estão diretamente relacionados a formação empreendedora do jovem e são considerados importantes para o desenvolvimento profissional e para a formação de negócios. Dolabela (2003, p.25) acredita que “os recursos financeiros dependem muito da existência de capital humano e social em níveis suficientes para que seja sustentável e tenha repercussões sociais”.

Pepin e St-Jean (2019) associam a educação empreendedora com a pedagogia de Célestin Freinet, criador da pedagogia do trabalho, baseados na aprendizagem cooperativa, investigativa e democrática, enraizada nas interações escola-comunidade, configurando uma forma de utilizar recursos associados a uma maneira empreendedora de ensinar.

Logo, assumindo a concepção tangível e intangível de recursos, proposto por Wernerfelt (1984), a infraestrutura escolar e da comunidade, atuação de profissionais qualificados na educação (como professores, coordenadores, pedagogos, tutores, entre outros), atuação de agentes públicos, parcerias entre escolas e empresas, ferramentas tecnológicas, investimentos financeiros, metodologias de ensino/aprendizagem, projetos educacionais, participação da família no processo

educacional, o desenvolvimento do capital humano, social e cultural do indivíduo, são alguns recursos identificados como importantes para o desenvolvimento da educação empreendedora desde a Educação Básica. Como alguns autores enfatizaram o papel dos profissionais da educação, principalmente os professores, a próxima seção é toda dedicada a este recurso.

FORMAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE EDUCAÇÃO

Freire (1996) disserta sobre uma pedagogia fundamentada na ética, respeito ao próximo e autonomia do indivíduo. Para tanto, este autor enfatiza que a formação do educando é mais do que treinar, pois exige do docente uma série de fatores, como por exemplo: pesquisa, comprometimento, liberdade, curiosidade, entre outros, expostos em sua obra “Pedagogia da Autonomia”. De acordo com Freire (1996), esses fatores referem-se aos saberes necessários à prática educativa, o que demonstra a complexidade envolvida na formação docente para formar cidadãos.

Os princípios da Pedagogia Empreendedora são embasados na “capacidade de pactuar sempre uma percepção ética, que possa significar a construção evolutiva de conceitos como liberdade, democracia, respeito, cooperação, amor” (DOLABELA, 2003, p.63). Pacheco *et al.* (2006) afirmam que as pedagogias propostas por Freire (1996) e Dolabela (2003) estão alinhadas para a formação de um indivíduo na sociedade, e os professores são essenciais para estimular os alunos neste sentido.

Entendendo a educação como fator chave para o desenvolvimento da sociedade e que o professor possui um papel fundamental neste processo, Kleppe (2002) afirma haver falhas na sua formação, principalmente se associada à necessidade de atuar com um ensino voltado à inovação, à invenção e ao empreendedorismo, na Educação Básica.

Leite (2018) questiona se os professores e demais funcionários da escola estão tecnicamente preparados para o desenvolvimento de uma educação empreendedora no ambiente escolar. Dolabela (2003) afirma que o professor é o principal ator para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora, este possui o papel de estimular e apoiar o aluno na busca pela construção do seu conhecimento e do seu sonho. A ênfase na autoaprendizagem do aluno não diminui a responsabilidade do professor, “pelo contrário, aumenta a sua importância, já que cabe a ele ampliar as referências e fontes de aprendizado e redefinir o próprio conceito do saber” (DOLABELA, 2003, p.103).

Sommarström, Oikkonen e Pihkala (2020) expõem as dificuldades apresentadas pelos professores ao atuarem com a educação empreendedora na Educação Básica, porém identificam que esta surge na falha da adoção desta abordagem educacional na escola, enfatizando o papel da diretoria, principalmente quanto à falta de busca por parcerias, conhecimento dos propósitos dessa atuação e falha do planejamento escolar. Dessa forma, observa-se a importância da formação de todos os profissionais que atuam com educação, para que possam cumprir com aos objetivos educacionais e escolares para com os alunos e a sociedade.

FORMAÇÃO DE REDES DE COOPERAÇÃO

Segundo Dolabela (2003, p.62), a rede de cooperação, caracterizada “pelo dinamismo de sua estrutura, pela democracia e descentralização na tomada de decisão, pelo alto grau de autonomia de seus membros, pela horizontalidade das relações entre os seus elementos”, é fundamental para o desenvolvimento da Pedagogia Empreendedora. Dolabela (2003, p.119) ainda destaca a participação colaborativa da comunidade nas instituições de ensino, por meio de atores, como: cidadãos e cidadãs; familiares dos alunos; líderes comunitários; representantes de ONG’s (Organizações Não Governamentais); representantes dos poderes políticos e administrativos; empresários; representante de classes; formadores de opinião.

Dolabela (2003) afirma que a formação em redes representa o empreendedorismo sustentável e a construção da Pedagogia Empreendedora, já que é por meio de tais redes que serão desenvolvidos o capital social, o capital empresarial (geração de bens e serviços), o capital natural (meio ambiente) e o capital humano. Ghanem Júnior (2013) apresenta a atuação de redes de colaboração social, composta por educadores experientes, como agentes de fomento à inovação na Educação Básica. Alguns autores, a exemplo de Kleppe (2002) e Lüdke e Cruz (2005), também citam a universidade como um possível agente de cooperação.

Sommarström, Oikkonen e Pihkala (2020) afirmam que cooperação entre escolas e empresas ainda é pouco estudada, elemento considerado como fundamental para a formação empreendedora na Educação Básica.

Conforme Ahmad *et al.* (2020), as escolas devem atuar em parcerias com instituições de diversos tamanhos, as quais possam auxiliar a promoção de programas utilizando a abordagem baseada no trabalho e no estímulo ao empreendedorismo na educação, de forma funcional e flexível, “nos quais os alunos possam obter educação

orientada por seus interesses” (AHMAD *et al.*, 2020, p.129-130). Esses mesmos autores afirmam que a aprendizagem baseada no trabalho, alinhada ao empreendedorismo na Educação Básica, é uma estratégia tanto para as pequenas e médias empresas que possuem os seus recursos limitados, como também para o processo de aprendizagem do aluno.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desta pesquisa foi identificar os fatores necessários para a implementação da formação empreendedora na Educação Básica a partir da literatura supracita. Percebeu-se que recursos tangíveis e intangíveis, em especial a formações de profissionais da educação e a formação de redes são de fundamental importância para o desenvolvimento do empreendedorismo na Educação Básica. Como este estudo limita-se na esfera teórica, sugere-se pesquisas empíricas as quais possibilitem identificar novos fatores de relevância para tal abordagem educacional e como estes se apresentam e se desenvolvem.

REFERÊNCIAS

- AHMAD, A.M. *et al.* Work-based learning: an approach towards entrepreneurial Advancement. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, v. 2, n. 2, p. 127-135, 2020.
- BUSTON, R. Family Grouping: A Structural Innovation in Elementary Schools. **Interchange**, v. 8, n. 1-2, p. 143-150, 1978.
- CÁRCAMO-SOLÍS, M. L. *et al.* Developing entrepreneurship in primary schools. The Mexican experience of “My first enterprise: Entrepreneurship by playing”. **Teaching and Teacher Education**, v. 64, p. 291-304, 2017.
- CARVALHO, K. C. **A Pequena empresa e seu ambiente organizacional:** construção de um mapa das práticas dos dirigentes de uma empresa de tecnologia da informação com base na Teoria da Dependência de Recursos e na Teoria Institucional. Tese (Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo. 2010.
- DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora:** o ensino de empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.
- DYSON, B.; O’SULLIVAN, M. Innovation in Two Alternative Elementary School Programs: why it works. **Research Quarterly for Exercise and Sport**, v. 69, n. 3, p. 242-253, 1998.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa.** São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, P; BETTO, F. **Essa escola chamada vida.** 11. Ed. São Paulo: Ática, 2000.

GHANEM JÚNIOR, E. G. G. Inovação em Escolas Públicas de Nível Básico: O Caso Redes da Maré (Rio de Janeiro, RJ). **Educação e Sociedade**, v. 34, n. 123, p. 425-440, 2013.

HIETANEN, L. Entrepreneurial learning environments: supporting or hindering diverse learners? **Education + Training**, v. 57, n. 5, p. 512-531, 2015.

JAYAWARNA, D. *et al.* Entrepreneurial potential: The role of human and cultural capitals. **International Small Business Journal**, v. 32, n. 8, p. 918-943, 2014.

KLEPPE, J. A. Teaching Invention, Innovation, and Entrepreneurship to Northern Nevada High School Science and Math Teachers. **IEEE Antenna's and Propagation Magazine**, v. 44, n. 5, p. 115-119, 2002.

LEITE, N. M. **Tecnologia e Educação Empreendedora.** Curitiba: Appris, 2018.

LÜDKE, M.; CRUZ, G. B. Aproximando universidade e escola de Educação Básica pela pesquisa. **Cadernos de Pesquisa**, v. 35, n. 125, p. 81-109, maio/ago. 2005.

MENEZES, A. G. *et al.* A pesquisa-ação como estratégia de avaliação da inovação social: estudo de uma entidade educacional do município de Florianópolis. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 6, n. 2, p. 92-105, 2016.

PACHECO, A. S. V. *et al.* A Pedagogia de Paulo Freire e a Pedagogia Empreendedora. *In: VI Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul*, 2006. **Anais [...]** Blumenau - SC, 2006.

PEPIN, M; ST-JEAN, E. Assessing the impacts of school entrepreneurial initiatives: A quasi-experiment at the elementary school level. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 26, n. 2, p. 273-288, 2019.

RÖNKKÖ, M.-L.; LEPISTÖ, J. Finnish student teachers' critical conceptions of entrepreneurship education. **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, v. 9, n. 1, p. 61-75, 2015.

SOMMARSTRÖM, K. *et al.* Entrepreneurship education - paradoxes in school-company interaction. **Education and Training**, 2020.

SYLVESTER, P. S. Teaching and Practice: Elementary School Curricula and Urban Transformation. **Harvard Educational Review**, v. 64, n. 3, 1994.

VIEIRA, L. *et al.* Inovação Curricular no Ensino Médio: das Experiências Exitosas às Duvidosas Propostas de Mudança. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 15, n. 3, p. 1422-1442, 2020.

WERNERFELT, B. A Resource-based View of the Firm. **Strategic Management Journal**, v. 5, p. 171-180, 1984.

WHITLOCK, A. M. Elementary School Entrepreneurs. **Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning**, v. 1, 2019.

PROPOSIÇÕES PARA UMA CONCEPÇÃO MULTIDIMENSIONAL DA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA NA EDUCAÇÃO BÁSICA

Agair Juliete C. Carvalho, Universidade Federal de Sergipe, agair.carvalho@academico.ufs.br
Manuela Ramos da Silva, Universidade Federal de Sergipe, manuela@academico.ufs.br
Maria Elena Leon Olave, Universidade Federal de Sergipe, mleonolave@academico.ufs.br

INTRODUÇÃO

Este ensaio teórico objetiva apresentar uma concepção multidimensional para o termo formação empreendedora por meio da construção de proposições interrelacionando os conceitos empreendedorismo e educação. Dolabela (2003, p. 17) apresenta a dificuldade de se pensar em educação empreendedora com a “ausência na literatura de um conceito amplo de empreendedorismo, capaz de cobrir tanto a esfera do fazer quanto o âmbito do ser e, assim, migrar da área empresarial [...] para todas as atividades humanas”. Conforme Rönkkö e Lepistö (2015, p. 63), “definir educação para o empreendedorismo é desafiador porque está ligado tanto à definição de empreendedorismo quanto às diferentes interpretações do conceito de educação”. Esses autores afirmam que essa abordagem educacional, quando aplicada desde a Educação Básica, fortalece habilidades e desenvolve atitudes que compõe a formação do indivíduo como cidadão, já que “certamente é quando criança que o hábito do aprender a aprender melhor se desenvolve, com mais naturalidade e pertinência” (MOTA, 2014, p. 122). Espera-se que a proposta de tal concepção possa promover maior alinhamento nas discussões desta temática entre os profissionais e pesquisadores de educação e empreendedorismo.

EMPREENDEDORISMO

Segundo Lopes (2010), o empreendedorismo, representado pelo indivíduo empreendedor, passou a ser tema de destaque a partir da década de 80, como um dos principais fenômenos que fomentam o desenvolvimento econômico. Porém, para Costa, Barros e Carvalho (2011) as pesquisas relacionadas a essa temática não crescem na mesma proporção que a sua valorização e discussão na sociedade e, como o termo empreendedorismo é utilizado de diversas formas, ainda não existe um consenso padrão sobre o seu conceito.

Mesmo com essa imprecisão, Costa, Barros e Carvalho (2011) consideram três abordagens mais recorrentes para definir o empreendedorismo: a primeira trata-se de

“uma perspectiva behaviorista ou comportamental e concentra-se nas tentativas de definição das personalidades do empreendedor”; a segunda “concentra-se em estudos sobre habilidades e competências empreendedoras e a sua relação com o espaço organizacional”; e a terceira trata das “relações entre o tema e as ideias de inovação, risco calculado e desenvolvimento” (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011, p. 182-183).

Já Landström e Benner (2010) defendem as seguintes abordagens: econômica, ciências sociais e estudos de gestão. A primeira representa novas formas de mercado, “novos produtos, métodos de produção e nova estrutura organizacional”; a segunda estuda os traços de personalidade e cultura do empreendedor; e a terceira representa o desenvolvimento de estudos acadêmicos que buscam preencher as lacunas existentes relacionadas ao empreendedorismo (OLIVEIRA JUNIOR *et al.*, 2018, p. 612).

Sob a visão de Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo está relacionado a indivíduos que identificam e exploram oportunidades. Na mesma linha, Stevenson e Jarillo (1990) defendem que esse fenômeno representa mais do que iniciar um novo negócio, ao estar associado ao desenvolvimento de oportunidades e melhor utilização dos recursos disponíveis. Lavieri (2010, p. 4) contribui com tal discussão ao definir empreendedor como um indivíduo que promove a inovação, “aquele que propõe formas diferentes de fazer as coisas, aquele que reorganiza os recursos produzindo ganho”. Este mesmo autor defende que a ação empreendedora deve ser vista de forma ampla, além dos aspectos econômicos.

Para Dolabela (2003) empreendedorismo representa “um processo essencialmente humano, com toda a carga que isso representa”, como ações dominadas por emoção, desejos, sonhos, valores; ousadia de enfrentar as incertezas”, entre outros (Dolabela, 2003, p. 29-30). Ademais Farias (2018) afirma que este fenômeno pode ser visualizado em situações do cotidiano enquanto Santos *et al.* (2017) defendem que, com o passar dos anos, novas vertentes de pesquisas relacionadas ao empreendedorismo surgiram, dentre elas a educação empreendedora. **Proposição 1:** O empreendedorismo está indissociável ao indivíduo e sua representação vai além da criação de negócios.

EDUCAÇÃO

De acordo com Lavieri (2010, p. 4) “toda a educação que visa o desenvolvimento

social poderia também ser considerada uma educação para desenvolvimento da atitude empreendedora”. Alguns autores, a exemplo de Dolabela (2003), Lopes (2010), Costa e Furtado (2016), Lima, Cunha e Nassif (2020), destacam que a educação contribui para o desenvolvimento de conhecimentos e habilidades, de modo a “encorajar o empreendedorismo”. Lopes (2010, p. 18), adiciona que “as habilidades pessoais relacionadas ao empreendedorismo devem ser enfocadas pelas escolas e mantidas até o nível superior”. Krüger, Bürger e Minello (2019) apontam relação positiva entre a intenção empreendedora e a educação empreendedora, por meio do desenvolvimento de habilidades desde a Educação Básica. Esses autores citam alguns países que são exemplos da atuação com os programas de formação empreendedora desde esse nível educacional, são eles: Espanha, Irlanda, Chipre, Polônia e Reino Unido.

Melo (2012) reforça que a educação é a melhor forma de promover o desenvolvimento econômico e social, por meio do estímulo à inovação, ao empreendedorismo e à produtividade, desde a Educação Básica. Por meio da melhoria da qualidade deste nível educacional, iria ocorrer, consequentemente, um aumento no capital humano, que representa habilidades que as pessoas detêm, obtidas por meio de processos educativos como treinamentos e experiências, fazendo com que impactasse diretamente na melhoria da produtividade, inovação, geração de emprego e renda e competitividade organizacional (MELO, 2012).

Conforme Farias (2018, p. 45) “o saber empreendedor deverá incorporar ao processo de aprendizagem elementos como: emoção, o conceito de si, a criatividade, o não conformismo e a persistência”. Segundo Dolabela (2003, p. 61), a educação tradicional desvaloriza a emoção, devido a “supervalorização da razão”, porém esta é necessária para o aprendizado do aluno e a realização dos seus sonhos. Com base nisso, o autor defende que o processo de realização destes, o indivíduo pode “mudar a sua própria natureza [...] em virtude de transformações que sofrerá em comportamento, atitudes, visão de mundo” (DOLABELA, 2003, p.78).

A partir dessas perspectivas, Farias (2018, p. 48) afirma que a educação empreendedora “reflete um novo modelo de pensar o ensino [...], alerta para a necessidade de olhar de forma diferente para o aluno, considerando-o um ser emotivo, social e cultural”. Esta abordagem educacional está baseada no aspecto cognitivo do empreendedorismo, em métodos e estratégias para desenvolver a forma de ser do empreendedor, em seu conceito mais amplo (CÁRCAMO-SOLÍS *et al.*, 2017).

Mota (2014, p. 125) defende que os “alunos somente poderão estar preparados para os desafios futuros se, ao longo da vida escolar da Educação Básica, estiverem sendo preparados para explorar suas máximas potencialidades”. Para tanto, é necessária a presença de “educadores e educandos criadores, investigadores, inquietos, rigorosamente curiosos, humildes e persistentes” (FREIRE, 1996, p. 26).

Proposição 2: Habilidades empreendedoras podem ser desenvolvidas por meio da educação, desde a Educação Básica.

Proposição 3: Habilidades empreendedoras estão associadas à formação do indivíduo como cidadão.

CONCEPÇÃO MULTIDIMENSIONAL DA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA

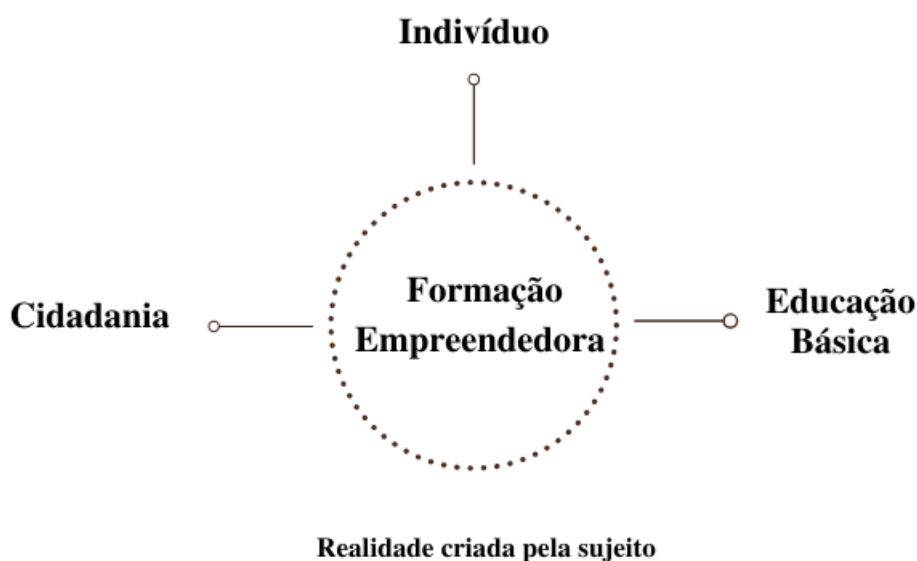
Ao apresentar uma reflexão sobre o contexto escolar durante a pandemia da Covid-19, Santos (2020) afirma que os professores tiveram que buscar e se adaptar ao uso de ferramentas tecnológicas para continuar a atuar no processo de ensino aprendizagem. Porém, o autor chama a atenção de que estes acontecimentos provavelmente não configurarão uma revolução na educação escolar pós-pandemia, pois “o fato de utilizar as ferramentas e a potencialidade da internet em tempos de globalização não significa novas formas ou práticas pedagógicas de ensino” (SANTOS, 2020, p.45).

Ainda de acordo com Santos (2020, p. 45), não se estabeleceram “novas formas de ensino que impulsionem a criatividade dos alunos e muito menos uma educação que valorize a reflexão em detrimento de práticas positivistas de ensino”. Na direção prática da formação empreendedora, o autor expõe que para que haja uma revolução na educação é preciso “romper com a mesmice da escola, trabalhar conteúdos que impulsionem a construção da cidadania, ou seja, os interesses individuais e sociais”, para tanto é necessário “um grau de comprometimento de toda a população” (SANTOS, 2020, p.46).

A concepção defendida neste ensaio para o termo formação empreendedora está voltada ao processo educacional do indivíduo, no qual a realidade é criada pelo próprio sujeito, respeitando seus aspectos intrínsecos e extrínsecos, como por exemplo, a sua emoção e o seu contexto, estimulando a realização de seus sonhos concomitantemente a promoção do desenvolvimento social, seja por meio da opção deste em criar seu próprio negócio, seja na formação de um cidadão reflexivo, crítico, solucionador de problemas. Para tanto está embasado em três pilares: **indivíduo**, que

remete ao fenômeno empreendedorismo, em sua amplitude; **Educação Básica**, que remete ao desenvolvimento de habilidades empreendedoras; **cidadania**, que remete à construção do indivíduo como ser social, reflexivo, crítico e pleno de direitos e deveres. Ressalta-se que se trata de uma primeira tentativa, relacionando as dimensões supracitadas, para a construção de uma concepção do termo formação empreendedora na Educação Básica. Este estudo limita-se a esfera teórica e sugere-se pesquisas empíricas de modo que se possa aperfeiçoar tal modelo.

Figura 1 - Concepção multidimensional da formação empreendedora



Fonte: O próprio autor

REFERÊNCIAS

CÁRCAMO-SOLÍS, M. L. *et al.* Developing entrepreneurship in primary schools. The Mexican experience of “My first enterprise: Entrepreneurship by playing”. **Teaching and Teacher Education**, v. 64, p. 291-304, 2017.

COSTA, A. M. *et al.* A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, v. 15, n. 2, art. 1, p. 179-197, mar. /abr., 2011.

COSTA, R. A. T.; FURTADO, C. B. R. A. Empreendedorismo: características, habilidades e competências. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 2, p. 20-40, 2016.

DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora**: o ensino de empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

FARIAS, A. P. S. O Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica Representa um Novo Paradigma? **Revista Foco** (Faculdade Novo Milênio), v. 11, n. 3, p. 35-52, 2018.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

KRÜGER, C. *et al.* O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora. **Revista Economia & Gestão**, v. 19, n. 52, jan. /abr., 2019.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. **Entrepreneurship research**: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). Historical foundations of entrepreneurship research. Great Britain: Edward Elgar Publishing, 2010. p. 15-45.

LAVIERI, C. Educação...empreendedora? In: LOPES, Rose Mary A. (org.). **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

LIMA, E. *et al.* Contribuições de múltiplas nacionalidades em prol da educação em empreendedorismo [Editorial]. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 1, p. 1-15, 2020.

LOPES, R. M. A. (org.). **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

MELO, A. A Educação Básica na proposta da Confederação Nacional da Indústria nos anos 2000. **Educação e Pesquisa**, v. 28, n. 1, p. 29-45, 2012.

MOTA, Ronaldo. Inovação e aprendizagem independente na Educação Básica. **Ciência e Natureza**, v. 36, ed. Especial, p. 121-129, 2014.

OLIVEIRA JUNIOR, A. B. de *et al.* Pesquisa em empreendedorismo (2000-2014) nas seis principais revistas brasileiras de administração: lacunas e direcionamentos. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 16, n. 4, p. 610-630, 2018.

RÖNNKÖ, M.-L.; LEPISTÖ, J. Finnish student teachers' critical conceptions of entrepreneurship education. **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, v. 9, n. 1, p. 61-75, 2015.

SANTOS, C. S. Educação Escolar no Contexto de Pandemia: algumas reflexões. **Gestão & Tecnologia**, v. 1, edição 30, 2020.

SANTOS, S. C. *et al.* **The emergence of entrepreneurial behaviour: intention, education and orientation**. Cheltenham: Edward Elgar, 2017.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 17-27, 1990.

FORMAÇÃO PARA ATIVIDADE EMPREENDEDORA SUPOSTADA POR RECURSOS TECNOLÓGICOS E INOVADORES: MAPEAMENTO BIBLIOMÉTRICO E VISUALIZAÇÃO

Alandey Severo Leite da Silva, Universidade Federal do Cariri, alandey.severo@ufca.edu.br
Robson Antonio Tavares Costa, Universidade Federal do Amapá, ratcosta@gmail.com

REVISÃO DE LITERATURA

A Educação Empreendedora (EE) pode ser definida como um componente que promove as competências ou habilidades de sucesso, a exemplo da adoção e uso de tecnologias e inovações, ao empreendedor.

Ao promover práticas empreendedoras mais dinâmicas, lucrativas e tecnologicamente eficientes, a EE vem sendo vigorosamente desenvolvida e ganhando cada vez mais atenção por parte dos vários elementos do ecossistema – pesquisadores, entidades de ensino, organizações, governos, entre outros - no mundo (RAVI, 2021; LIU, KULTUREL-KONAK; KONAK, 2021; CORNELL; 2020).

No tocante a formação concebida no processo de EE, os diversos e múltiplos avanços, as inovações e a latente incorporação dos recursos de tecnologia da informação e comunicação que intentam favorecer o crescimento das interconexões, interações e complementaridades do ambiente de atuação do empreendedor, contribuíram para o início de uma ruptura das técnicas de ensino desconexas e independentes em direção a formas mais produtivas, ágeis, sustentáveis, tido como um “círculo virtuoso”, capaz de promover o progresso econômico dos seus atores (PIÑEIRO-CHOUSA *et al.*, 2020; BALLESTAR *et al.*, 2020).

Considerando os problemas enfrentados pela pandemia de Covid 19 e suas variantes e observando o contexto apresentado, os novos programas, as revisões, a modernização e a inserção de ferramentas digitais na EE podem ser entendidas como melhorias impulsionadas pela atual economia digital ou do conhecimento facilitando as decisões que permeiam a vida, as relações, os negócios dos atuais empreendedores ou a futura intenção empreendedora fomentada nas universidades e demais instituições (ZHASKENOVA *et al.*, 2021; CRUZ-AMAR & GUERRERO, 2020; HIGHLIGHTS, 2019; TEYMUROVA *et al.*, 2020; BHAGAVATULA; MUDAMBI; MURMANN, 2021).

Este estudo tem como objetivo, mediante mapas bibliométricos, entender a

formação para atividade empreendedora suportada por recursos tecnológicos e inovadores sob a perspectiva de pesquisas publicados em periódicos internacionais de destaque. Metodologicamente, foi realizada uma revisão sistemática da literatura sobre o tema analisando artigos publicados durante o período de 2000 a 2021. Para tal, a partir da base de dados multidisciplinar bibliográfica *Elsevier's Scopus*® na internet, foram selecionados e analisados 478 artigos que definiram o tema da pesquisa.

MÉTODO

Esse estudo adota mapas bibliométricos (PIÑEIRO-CHOUSA *et al.*, 2020) o software VOSViewer® (van ECK; WALTMAN, 2010), versão 1.6.16 (van ECK; WALTMAN, 2010). Alguns variados estudos bibliométricos já usaram o VOSViewer® (SUOMINEN, 2019; BAIER-FUENTES *et al.*, 2018; GAVIRIA-MARIN *et al.*, 2019). As diferentes redes derivadas de cada tipo de análise podem ser visualizadas por meio de gráficos ou mapas formados por nós e links, que também são agrupados em clusters não sobrepostos.

PROCESSO METODOLÓGICO E RESULTADOS DO ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

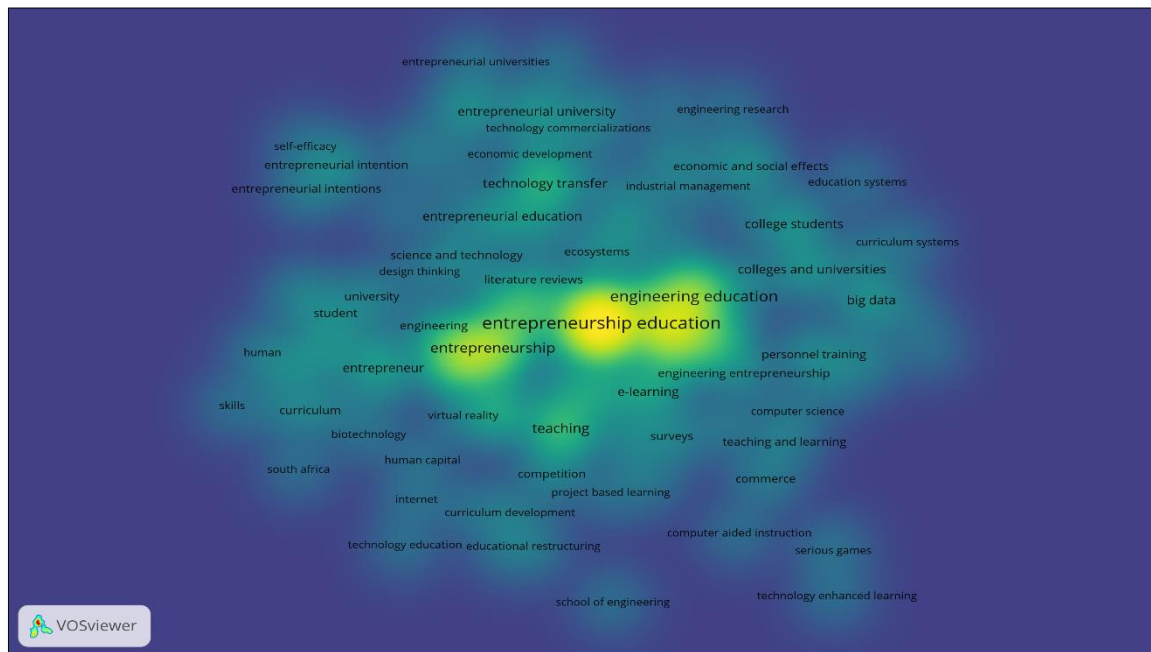
Inicialmente, utilizando a plataforma Elsevier's Scopus®, limitada entre os anos de 2000 a 2021, foram utilizadas as chaves de busca: "entrepreneurship education" e "technology". O objetivo era encontrar as palavras-chaves que ocorriam juntas a palavra "entrepreneurship education" e "technology". Com base neste critério, 478 artigos foram identificados de 2000 a 2020, exportados para o software VOSviewer®, que processou uma lista de 111 termos relacionados, no entanto, foram gerados mapas bibliométricos com 101 termos realmente compatíveis com o que se pretendia estudar.

Os mapas foram então exibidos de acordo com as opções de visualização disponíveis em VOSviewer®: visualização de densidade (Figura 1), visualização de sobreposição (Figura 2) e visualização em rede (Figura 3). Nestes mapas são visualizados os termos pesquisados, relações e considerando dois elementos: distância e dimensão (van ECK; WALTMAN, 2010; van ECK; WALTMAN, 2020).

Pelo mapa de visualização da densidade, as áreas com a maior concentração de pesquisa estão relacionadas a: educação empreendedora; tecnologia; empreendedorismo; educação; inovação; currículo; entre outros (em amarelo). Entre

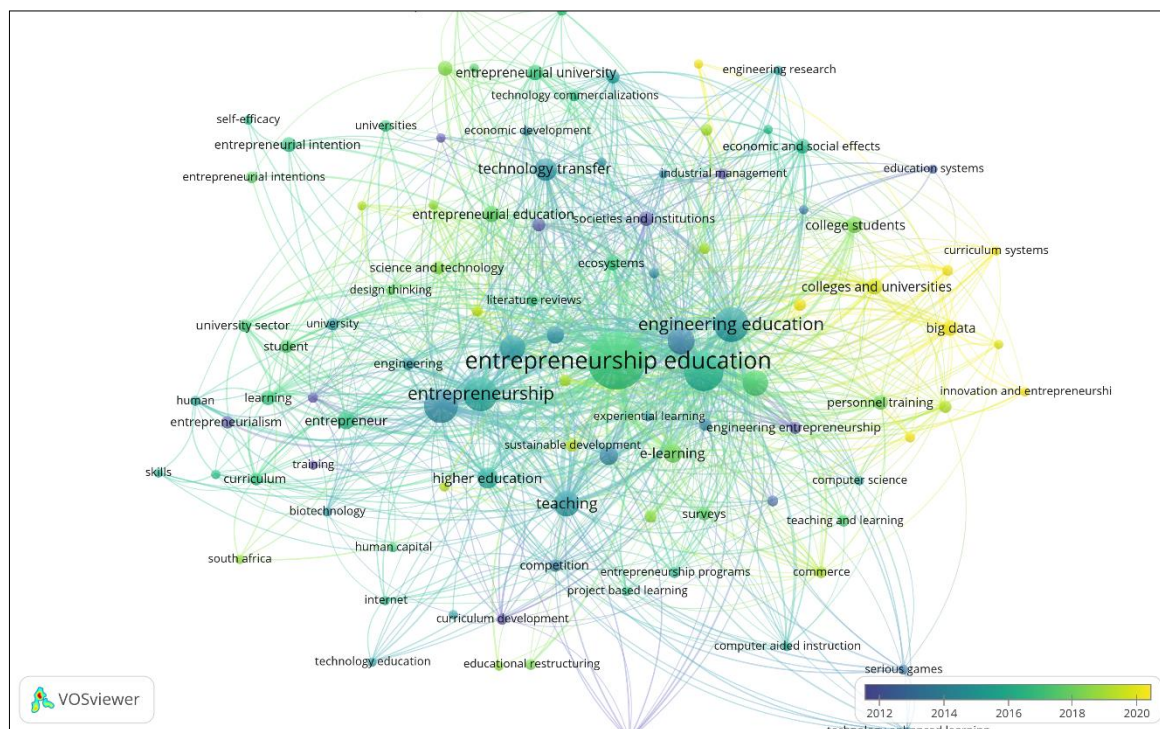
possibilidades de novas investigações, estão: estudos que conectem educação empreendedora à inclusão social e digital; privacidade; empregabilidade; ética; políticas públicas infraestruturais; eficiência dos serviços prestados; segurança; democracia digital; entre outros temas correlatos.

Figura 1 - Mapa de visualização da densidade



Fonte: o próprio autor

Figura 2 - Mapa de visualização da sobreposição



Fonte: o próprio autor

Na visualização da sobreposição, a cor determina a pontuação dos itens em diferentes períodos de tempo. Entre 2012 e 2014, estudos relacionados a empreendedorismo; treinamento; tecnologia da informação; gestão de projetos; sociedade e instituições; são evidentes. Entre 2016 e 2018 os artigos, de forma singela, iniciam o enfoque em educação empreendedora; educação; ensino entre outros.

GAVIRIA-MARÍN, M., MERIGÓ, J.M.; and BAIER-FUENTES, H. Technological Forecasting & Social Change Knowledge management : A global examination based on bibliometric analysis. **Technol. Forecast. Soc. Chang.**, v. 140, no. August 2018, p. 194–220, 2019.

HIGHLIGHTS, P. **Policy Highlights OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019**, 2019.

LIU, H.; KULTUREL-KONAK, S.; KONAK, A. A measurement model of entrepreneurship education effectiveness based on methodological triangulation, **Stud. Educ. Eval.**, v. 70, n. February, 2021.

PIÑEIRO-CHOUSA, J.; LÓPEZ-CABARCOS, M. Á.; ROMERO-CASTRO, N. M.; PÉREZ-PICO, A. M. Innovation, entrepreneurship and knowledge in the business scientific field. **Mapping the research front**, v. 115, n. November 2019, pp. 475–485, 2020.

RAVI, B. Insights on Entrepreneurship Education and Mentoring Programs. **IEEE Potentials**, v. 40, n. 3, p. 35–40, 2021.

SUOMINEN, A. A bibliometric review on innovation systems and ecosystems. **A Research Agenda**, v. 22, n. 2, p. 335–360, 2019.

TEYMUROVA, V.; ABDALOVA, M.; BABAYEVA, S.; HUSEYNOVA, V. MAMMADOV, E.; ISLAMOVA, N. Implementation of Mobile Entrepreneurial Learning in the Context of Flexible Integration of Traditions and Innovations. **Int. J. Interact. Mob. Technol.**, v. 14, n. 21, p. 118–135, 2020.

van ECK, N. J.; WALTMAN, L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. **Scientometrics**, v. 84, n. 2, p. 523–538, 2010.

Van ECK, N. J.; WALTMAN, L. **VOSviewer Manual**, November, 2020.

ZHASHKENOVA, R.; PRITVOROVA, T.; TALIMOVA, L.; MAZHITOVA, S.; DAULETOVA, A.; KERNEBAEV, A. **Analysis of the transformation of higher educational institutions through entrepreneurship in the conditions of digitalization**, v. 25, n. 4, p. 1–10, 2021.

DIAGRAMA DE CONEXÕES SOCIAIS PARA SUPORTE À ESTRUTURAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS EFFECTUAIS

Alexandre Hering de Queiroz, Universidade Federal de Santa Catarina, alexandrehqz@gmail.com
Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Universidade Federal de Santa Catarina, alvaro.lezana@ufsc.br
Dante Luiz Juliatto, Universidade Federal de Santa Catarina, dante.juliatto@ufsc.br

INTRODUÇÃO

A imprevisibilidade de mercados muito dinâmicos desafia empreendedores a assumir uma postura contingencial e disruptiva, descrita por Sarasvathy (2001) como abordagem *effectual*. Mas esta conduta não implica em ausência de métodos e ferramentas de estruturação.

O presente artigo apresenta um diagrama de conexões sociais uma ferramenta de suporte à estruturação de empreendimentos *effectuais*. A motivação desta pesquisa foi a percepção da lacuna de instrumentos de apoio a esta abordagem empreendedora, especialmente, que levem em consideração a dinâmica social que a caracteriza (Grégoire e Cherchem, 2019). O diagrama apresentado neste artigo foi sistematicamente experimentado em exercícios de simulação em sala de aula e em situações reais com empreendedores de *startups* voluntários. O resultado aponta facilidade de uso e aderência às necessidades de estruturação dos empreendimentos pesquisados.

EMPREENDEDORISMO COM ABORDAGEM EFFECTUAL

Sarasvathy (2001) e pesquisadores associados desenvolveram os conceitos de *causation* e de *effectuation*, como duas abordagens empreendedoras distintas. A primeira está relacionada a mercados tradicionais e pouco dinâmicos e é pautada em pesquisa e planejamento. a segunda está associada a mercados muito dinâmicos. Neste caso, preconiza que, conforme as contingências vivenciadas, empreendedores identificam os recursos que dispõem, interagem com stakeholders, geram alternativas de projetos atrativos, experimentam, e só então empreendem esforços de implementação (SARASVATHY, 2001; WILTBANK *et al.*, 2006).

Ao descrever o processo de empreendedorismo *effectual*, Wiltbank *et al.* (2006), retratam a dinâmica de evolução por meio das interações entre empreendedores e *stakeholders*. Estes, podem colaborar e eventualmente integrar o negócio durante seu desenvolvimento, expandindo os recursos e ampliando as

oportunidades de novos projetos. E esta perspectiva rompe com modelos tradicionais de fluxogramas de desenvolvimento de negócios, normalmente focados em etapas de planejamento, avaliação de resultados, execução de metas e fluxo financeiro. Por outro lado, apresenta o viés social que permeia o processo de empreendedorismo e que aproxima o ato de empreender do comportamento de sobrevivência e evolução inerente à natureza humana.

Empreendimento como um organismo social

O acoplamento de indivíduos em torno de uma organização que lhes proporciona sustento não é um comportamento exclusivamente econômico ou empresarial. Constitui, na sua essência, um fenômeno universal de “*clustering*” com importantes implicações na estrutura e dinâmica de sistemas biológicos e sociais. Os biólogos e sociólogos Maturana e Varela (2011) aprofundam esta abordagem ao proporem um modelo científico que descreve agrupamentos humanos munidos de organização e de capacidade de autoconstrução (autopoiese), como organismos vivos. Para chegar a este resultado, descreveram aspectos estruturais e comportamentais que os definem como seres vivos: i) existência de uma identidade que estabelece o modo particular de ser e de se relacionar com o meio; ii) capacidade de se autoconstruir preservando sua autonomia – autopoiese; iii) capacidade de se manter vivo, conservando o equilíbrio com o meio.

Além destas características, os autores descrevem um fenômeno dinâmico comum aos seres vivos que é a essência do *clustering*: o acoplamento estrutural. Neste fenômeno, as interações recorrentes entre seres independentes, na busca de equilíbrio com o meio, passam a construir um novo organismo vivo. Este novo organismo possui uma organização diferente de cada organismo que o compõe, sem, no entanto, extinguir os organismos que o originaram. Assim se formam os organismos sociais, onde se enquadram os empreendimentos humanos. e estes novos organismos partem sempre de um estágio embrionário, passando por sucessivos acoplamentos ao longo de sua evolução (MATURANA; VARELA, 2011).

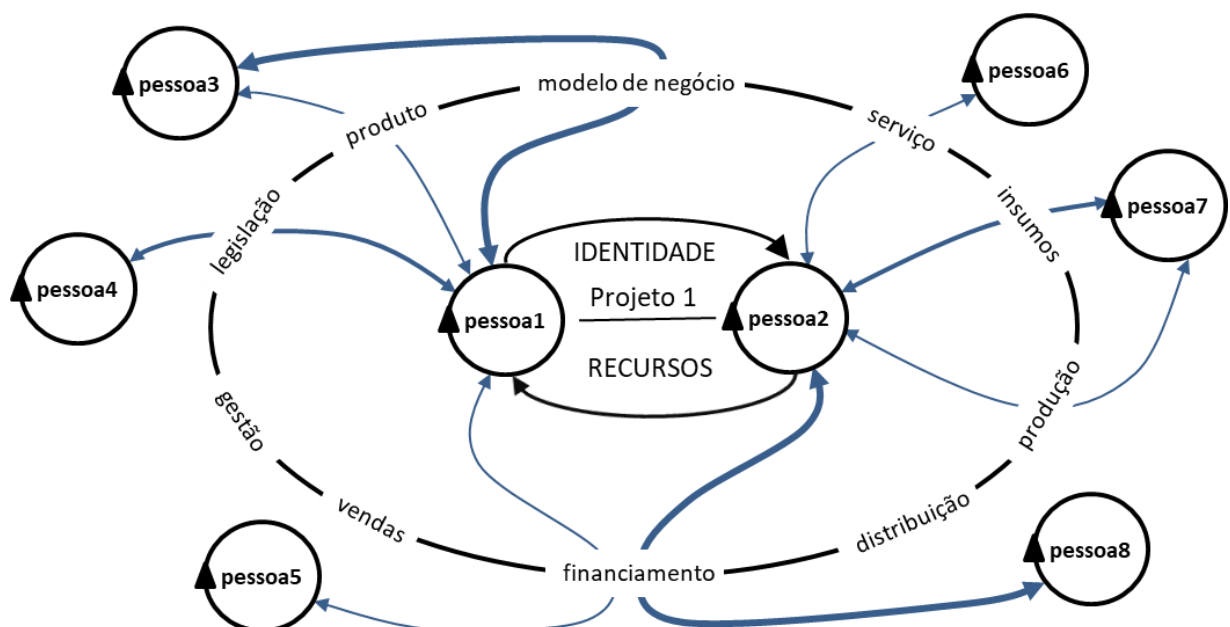
Estas características indicam que, como qualquer ser vivo, um novo empreendimento se origina de um núcleo. Neste caso, composto por empreendedores com habilidades sociais, munidos de uma identidade em formação (organização) e de recursos iniciais. a partir deste núcleo, conforme ocorrerem acoplamentos e conforme estes acoplamentos se tornem recorrentes, observa-se a evolução estrutural do novo negócio.

DIAGRAMA DE CONEXÕES SOCIAIS

O empreendedorismo *effectual*, por definição, não utiliza previsões futuras e, diante disto, se lança na construção do próprio futuro (SARASVATHY, 2001). Ao invés de estatísticas de mercado, observa o que dispõe para desenvolver seu próprio mercado: sua identidade, seus recursos, seus conhecimentos e sua rede de relacionamentos que o conecta com o ambiente externo.

O diagrama da Figura 1, a seguir, foi concebido no âmbito desta pesquisa utilizando os elementos supracitados, os princípios dinâmicos propostos por Wiltbank *et al.* (2006) e os conceitos biológicos de Maturana e Varela (2011):

Figura 1 - Diagrama de Conexões Sociais



Fonte: criação do autor

Nessa figura, observa-se a utilização de padrão de notação de Dinâmica de Sistemas adotado por Maturana e Varela (2011) para representação da dinâmica de acoplamentos entre seres vivos. O padrão radial é composto por três níveis. O mais central é o núcleo, que integra os empreendedores com elevado grau de comprometimento mútuo ao redor de uma identidade e de um conjunto de recursos postos em comum. O segundo é um círculo com propósito de organizar as naturezas de conexões desejadas para a estruturação de um empreendimento. O terceiro representa as conexões externas com *stakeholders*. Estas revelam algum grau de comprometimento, mas não constituem acoplamentos recorrentes fortes o suficiente

para integrarem o núcleo do novo empreendimento.

Outro componente importante neste diagrama é a seta de ligação entre indivíduos. Nota-se que na Figura 1 existem setas mais grossas e mais finas. Isto representa a força dos elos que se qualificam conforme grau de afinidade, interesse mútuo e capacidade de comunicação.

APLICAÇÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O diagrama da Figura 1 integra um estudo abrangente de suporte ao empreendedorismo *effectual* em desenvolvimento na UFSC. Sua efetividade prática foi experimentada em dois experimentos qualitativos. O primeiro se desenvolveu durante dois semestres, por meio de exercícios práticos de desenho do diagrama para aspirações empreendedoras, em sala de aula, com alunos de graduação de turma mista de empreendedorismo na UFSC. O segundo em consultoria com cinco empreendedores voluntários de startups de incubadora tecnológica em Florianópolis/SC.

Em ambos os casos foi observada a familiarização com os conceitos (tanto alunos quanto empreendedores) e a utilidade prática do diagrama na visualização de oportunidades para desenvolvimento de negócios. Em especial, em uma das consultorias, na área de tecnologia para saúde, os empreendedores relataram como principal restrição ao crescimento a falta de capital para expansão da estrutura de comercialização de seus produtos. Após a elaboração interativa do diagrama, perceberam a oportunidade de aproveitar interesses convergentes de integrantes da sua rede de relacionamento já existente para construção de um canal de comercialização inovador, sem necessidade de investimento externo.

A aderência do Diagrama a exercícios práticos em sala de aula, associado ao tema *Effectuation* e ao suporte à estruturação de *startups*, apontam sua validade como instrumento de apoio ao empreendedorismo *effectual*. Propõe-se como sugestão de trabalhos futuros, a ampliação de experiências práticas de aplicação do Diagrama para evolução deste instrumento como ferramenta a ser disponibilizada no mercado.

REFERÊNCIAS

GRÉGOIRE, D.A.; CHERCHEM, N. A structured literature review and suggestions for future effectuation research. **Small Business Economics**, p.1-19, 2019.

MATURANA, H. R.; VARELA, F. J. **A árvore do conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana**. 9. ed. São Paulo: Palas Athena, 2011.

SARASVATHY, S. D. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of management Review** v.26, p.243-263. 2001.

WILTBANK, R.; DEW, N.; *et al.* What to do next? The case for non-predictive strategy. **Strategic Management Journal** v.27, p.981-998. 2006.

AGRADECIMENTO

Os autores agradecem à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pelo apoio concedido a esta pesquisa. Também, aos alunos e empresas participantes.

SÊ MAIS DO QUE A VISTA ALCANÇA, MINI-CURSO DE EMPREENDEDORISMO.

Ana Luisa Gomes, Assistente Social, ana.luisa.asocial@gmail.com
Magda Marques, Psicóloga, magdax91@gmail.com

INTRODUÇÃO

O artigo que aqui se apresenta vem no seguimento do trabalho desenvolvido pelas autoras nas escolas do distrito da Guarda – Portugal, com jovens dos 13 aos 18 anos a frequentar o ensino obrigatório (EAPN, 2020). O mini-curso de empreendedorismo (GOMES; MARQUES, 2018^a), teve início no ano de 2017 no Agrupamento de Escolas de Manteigas, tendo sido apresentados os primeiros resultados do projeto no CEE'2018 no Porto (GOMES; MARQUES, 2018b). Nesse seguimento, é apresentado neste documento os avanços feitos, as conquistas e barreiras encontradas no desenvolvimento do projeto em diferentes escolas e com diferentes públicos.

Assim, seguidamente será apresentada a idealização da ideia, o início do projeto, reprodução em outras escolas e atividades futuras. Todas as informações apresentadas baseiam-se nas experiências das autoras.

MINI-CURSO DE EMPREENDEDORISMO

O mini-curso de empreendedorismo nasce da discussão de duas profissionais que se encontram a trabalhar em organizações com respostas sociais diferentes (infância e deficiência) mas ligadas ao Agrupamento de Escolas de Manteigas em parceria. Nas muitas intervenções em ambiente escolar foi diagnosticado pelas autoras que os jovens, em especial os que se encontravam nos 9º do 3º ciclo e no ensino secundário (10º, 11º, 12º anos) apresentavam uma apatia relativamente ao seu contexto e ao seu futuro, não inferindo sobre o seu papel como cidadãos nem com o desenvolvimento da sua carreira profissional.

Sendo Manteigas, um concelho do interior de Portugal de aproximadamente 3500 habitantes, e distante em 50 km das maiores cidades da região, entendeu-se que alguma intervenção tinha que ser feita com estes jovens para promover as suas competências e potenciar o seu futuro e o desenvolvimento da região.

O mini-curso de empreendedorismo nasce como um projeto com 3 sessões de 45 minutos para alunos dos anos escolares referidos, em que na primeira sessão eram

trabalhadas ferramentas de autoconhecimento dos jovens, com o objetivo de promover a reflexão pessoal e o papel dos mesmos na sociedade. A segunda sessão, tinha como intenção explicar aos jovens o que é o empreendedorismo e como este se pode apresentar como uma característica para o desenvolvimento pessoal, comunitário e social. O empreendedorismo é visto pelas autoras como uma competência passível de ser desenvolvida através de exercícios promotores de inovação, criatividade e participação. Não se trata de criar um negócio, mas sim refletir sobre a realidade e tornar os jovens empreendedores no seu dia-a-dia, seja na escola, em casa, com os amigos ou na própria comunidade. Na última sessão, foi dada oportunidade aos jovens para analisarem que situações encontram na escola que devem ser alteradas e qual é o seu papel na transformação dessas situações em contexto escolar. Para iniciar a discussão são dadas algumas sugestões de problemas que podem ser encontrados na escola, sendo essas relacionadas com a alimentação escolar, acessibilidade, estética e organização.

O Agrupamento de Escolas de Manteigas abraçou prontamente este projeto, tendo as sessões efetuadas criado alguns projetos que melhoraram o contexto escolar e também a relação dos alunos com a direção da escola.

O sucesso alcançado no ano de 2017/2018 com este projeto levou as formadoras a aumentar o campo de atuação do projeto, sendo criada uma parceria com a EAPN – Guarda (Rede Anti-pobreza) para disseminar o projeto e chegar a mais escolas, estas no distrito da Guarda, sendo desenvolvidos mini-cursos de empreendedorismo nos anos de 2019/2020 e 2020/2021 na Escola de São Miguel - Guarda.

PROJETOS CRIADOS

Como referido, na última sessão do mini-curso os jovens teriam que se dividir em grupos e criar uma resposta criativa e realizável para resolver esse problema que foi diagnosticado. Apresentam-se seguidamente alguns dos projetos criados:

- Criação de uma estufa e horta no terreno circundante da escola de forma a serem aí plantados todo o tipo de vegetais. Estas hortas eram trabalhadas pelos alunos e funcionários por turnos estabelecidos, sendo que os alunos que por algum motivo fossem castigados ou suspensos tinham que se encarregar do trabalho na horta. As primeiras sementes seriam dadas pelos pais e familiares, o que não fosse consumido na cantina escolar seria vendido para comprar novas

sementes.

- Angariar tintas e fazer painéis decorativos que escondessem as casas devolutas que existem na vila de Manteigas, através de pinturas e graffitis em painéis tornando o espaço mais agradável e bonito. Já existem pequenas versões deste projeto no contexto escolar pelo que era possível executar.
- Projeto em que se propõe a ter sessões de conversas com os jovens que não cumprem as regras escolares de forma a chegarem a um consenso para melhorar o ambiente escolar e o respeito mútuo intramuros escolares.
- Desenvolvimento de workshops de cozinha no sentido de aumentar a oferta alimentar da escola e adequar as ementas aos gostos dos alunos.
- Desenvolvimento de atividades culturais e desportivas interescolar planeados pelos alunos.
- Organização de uma sala de convívio com várias atividades para os alunos, sendo a manutenção da mesma da responsabilidade dos alunos que definiam o regulamento de utilização da sala.
- Criação do rádio escolar onde os jovens podem criar conteúdos de interesse para todo o público escolar.
- Criar sessões com alunos mais velhos que poderiam apoiar na escolha de área de curso e profissão.
- Desenvolver atividades desportivas acessíveis a todos os alunos.

Embora nem todos os projetos tenham sido levados a cabo, permitiram a discussão e a reflexão dos alunos sobre o contexto o que potencia as suas competências para a autodeterminação e resolução de problemas.

AVALIAÇÃO DO CURSO

Foi pedido aos jovens que avaliassem o curso de forma a melhorar continuamente. Tendo sido apresentada a seguinte avaliação pela entidade parceira e financiadora EAPN – Guarda (2020):

“Este Mini Curso teve como objetivo fornecer ferramentas aos alunos para que estes encontrem estratégias inovadoras para solucionar problemas e/ou levar a cabo os seus objetivos pessoais e futuramente profissionais. Atualmente vivemos uma crise de valores que fragiliza os “sonhos” e as realizações dos jovens, temos crianças e jovens que não refletem sobre o seu futuro por medo e desconfiança do amanhã. É

necessário quebrar esse ciclo e trabalhar com os jovens o futuro, pois deles depende o futuro (do Interior) do país.

Nas sessões realizadas foram aplicadas várias estratégias, como dinâmicas de grupo, debates e trabalhos em grupo, que permitiram aos alunos pensarem nos seus gostos, motivações e objetivos para o futuro e desenvolveram um projeto. Este Mini Curso permitiu refletir com os alunos: a importância que a escola e o ensino têm no alcance dos seus objetivos pessoais e profissionais e de como as aprendizagens oferecidas pelas diversas disciplinas da escola influenciam o seu desenvolvimento e construção pessoal; a importância dos jovens criarem raízes na sua terra e se tornarem elementos de desenvolvimento da mesma através da inovação, participação e empreendedorismo.

Deste Mini Curso surgiram diversos projetos dos grupos de trabalho que foram apresentados à turma, destacando-se que alguns destes projetos são de possível execução e os alunos querem implementá-los na Escola.

No final do Mini curso foram aplicados questionários de avaliação das sessões. Dos 42 alunos que participaram no projeto, apenas 38 responderam ao questionário, onde se verificou que: todos os 38 alunos gostaram do mini curso de empreendedorismo, referindo que seria importante para o seu futuro e que gostariam de ter mais sessões.

Ações neste âmbito são muito valorizadas por alunos e professores, melhorando as relações interpessoais da turma e motivando ambos para a construção de um projeto em conjunto.

Nº de alunos envolvidos: 42

Nº de turmas envolvidas: 2

Nº de professores envolvidos: 2”

Apesar de se congratularem com a avaliação feita, as autoras reforçam a importância de chegar a mais alunos e de ser um trabalho anual e sistemático com os jovens, já que se verificou dificuldade dos jovens em participar no seu contexto e no desenvolvimento de competências de autodeterminação, sendo fundamental dar especial atenção a estas questões no futuro.

CONCLUSÕES

Este artigo apenas espelha as evidências recolhidas no desenvolvimento das sessões. No total o mini-curso já chegou a cerca de 80 crianças (35 nos anos 2017/2018 e 42 nos restantes), estando uma nova edição a decorrer neste ano letivo e estando ainda agendadas mais sessões no início do próximo ano letivo.

É para as autoras evidente a necessidade deste curso e a necessidade de chegar a mais alunos e mais escolas, inclusivamente de sensibilizar os professores para o desenvolvimento de sessões que abordem o tema do empreendedorismo e que dêem espaço para que os jovens analisem a realidade e encontrem alternativas, reconhecendo as potencialidades que têm à sua disposição.

Com a apresentação do projeto na conferência pretende-se dar conta da experiência promovida por este projeto, mas também discutir com outros profissionais estratégias para o desenvolvimento do empreendedorismo nas escolas.

REFERÊNCIAS

EAPN. **Relatório de Avaliação Mini-curso de Empreendedorismo**, 2020.

GOMES, Ana Luísa; MARQUES, Magda. **Mini-curso de empreendedorismo – Apresentação powerpoint**, Guarda: 2018a.

GOMES, Ana Luísa; MARQUES, Magda. **Sê mais do que a vista alcança**, CEE'2018, Porto: 2018b.

APRESENTAÇÃO DE PESQUISA: 16 BOAS PRÁTICAS NO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

Cesar Alves Ferragi, Universidade Federal de São Carlos, ferragi@ufscar.br

Artur Tavares Vilas Boas Ribeiro, Universidade de São Paulo, arturvb@usp.br

Maria Angelica do Carmo Zanotto, Universidade Federal de São Carlos, angelicazanotto@ufscar.br

André Coimbra Felix Cardoso, Universidade Federal de São Carlos, afelixcardoso@gmail.com

INTRODUÇÃO

O que está por trás dos processos de ensino-aprendizagem exitosos? Enquanto homo sapiens, seguimos uma jornada coletiva de aprendizagens. Possuímos um conjunto de conhecimentos acumulado ao longo de séculos, milhares de anos, que exponencialmente se manifestam no tempo corrente como um grande amálgama de colaborações. Se somos tão capazes de colaborar, aprender juntos, inovar e transformar a realidade que nos circunda, por que ainda temos tanta dificuldade em desenvolver boas práticas de ensino-aprendizagem? O presente trabalho apresenta o resumo da pesquisa intitulada “Ensino de Empreendedorismo: 16 Boas Práticas”, lançada em maio de 2021 como parte da série *Reports by MBI* (RIBEIRO et. al., 2021). Trata-se de uma série de entrevistas e estudos realizados pela equipe do MBI UFSCar - *Master in Business Innovation* da Universidade Federal de São Carlos, integrantes do grupo de pesquisa CNPq chamado “i-Context: Inovação, Cocriação, Experiência e Território”. É um guia para educadores, gestores de instituições de ensino e todas as pessoas que se interessam no assunto "ensino de empreendedorismo". Utiliza-se o termo "ensino de empreendedorismo", e não "educação empreendedora", embasado em um artigo científico produzido por um dos autores (RIBEIRO; PLONSKI, 2020). Os capítulos seguem assim: uma introdução conceitual sobre educação e ensino de empreendedorismo, fundamentos teóricos que embasam as práticas, os casos, um modelo de plano de aulas e a conclusão.

DOS OBJETIVOS

Os autores objetivam levantar fundamentos teóricos em pedagogia e ensino de empreendedorismo, e ao mesmo tempo apresentam práticas concretas para que professores possam se apropriar e implementar em seus devidos contextos. Essas práticas são muitas vezes uma pequena experiência pedagógica de um curso - uma aula ou até mesmo um exercício pontual: experiências replicáveis e inspiradoras para que educadores melhorem sua prática em sala de aula.

CONTEÚDO EM CONTEXTO

Um ponto em comum entre todas as 16 práticas relatadas: o contexto em que os alunos estão. E por falar em contexto, nesses últimos 200 mil anos em que sapiens aqui estamos, a experiência sempre foi algo que nos fez refletir. Nos últimos 100 anos, ou seja, 0,05% de nossa história enquanto humanidade, é que começamos a investigar o quanto experiência e reflexão, juntas, fazem a aprendizagem. Escrevemos em pedras, desenhamos em desertos e atravessamos mares. Teorias foram criadas sobre como aprendemos, e delas tiramos práticas, experimentações, análises e reflexões em uma espiral de aprendizagens que cocria e inicia a jornada do aprender. Dewey, no início do século passado, percebeu que a experiência é o fundamento da aprendizagem (DEWEY; SCHILPP; HAHN, 1939) - e olha que dedo na tomada mal existia!

No início dos anos 1970, ou seja, nos últimos 50 anos, ou 0,025% de nossa existência, aprofundando a questão da aprendizagem pela experiência de Dewey, Kolb desenvolveu um modelo de Aprendizagem Experiencial, composto por quatro elementos: i. experiência concreta, ii. observação e reflexão sobre essa experiência, iii. formação de conceitos abstratos baseados na reflexão, e iv. testes dos novos conceitos, seguidos de uma repetição (KOLB; FRY, 1974). Esses quatro elementos são a essência de uma espiral de aprendizagem que pode começar com qualquer um dos quatro elementos, mas normalmente começa com uma experiência concreta (KOLB, 2014).

FUNDAMENTOS DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

Para ensinar empreendedorismo, considera-se importante o entendimento prévio de conceitos que geralmente são utilizados como o objetivo do educador em sala de aula. No que já foi estudado e produzido sobre empreendedorismo, entende-se que alguns pilares são fundamentais na formação de empreendedores - e, destes, Ribeiro *et al.* (2021) apontam 5 objetivos centrais a serem buscados por professores de empreendedorismo em suas práticas pedagógicas:

- i. Desenvolver a autoeficácia em estudantes;
- ii. Ensiná-los a atrair e gerenciar recursos;
- iii. Desenvolver competências específicas para a criação de empresas;
- iv. Ensiná-los a reconhecer oportunidades de negócio;

v. Desenvolver *people skills* e habilidades relacionadas a liderança em estudantes.

DOS CASOS APRESENTADOS

A pesquisa aponta 16 boas práticas de ensino no empreendedorismo em instituições no Brasil. Em resumo, são elas:

#1 Melhorando-se a Teoria, Melhora-se a prática.

Instituição: ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing).

Público: Graduação em Administração.

Objetivo: Desenvolver habilidade de reconhecimento e avaliação de oportunidades, especialmente no contexto de base tecnológica.

Abordagens: experiencial; team based learning; empreendedores convidados; debates; problem-based learning.

#2 Da Ciência à Tecnologia em Sala De Aula.

Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais.

Público: Graduação em Química.

Objetivo: Desenvolver habilidade de reconhecimento e avaliação de oportunidades, especialmente no contexto de base tecnológica.

Abordagens: experiencial; team based learning; empreendedores convidados; debates; problem-based.

#3 Incubadoras e Aceleradoras: o caminho do meio.

Instituições: Unicamp, Universidade Federal da Bahia, Baita Aceleradora.

Público: Pós-graduação e empreendedores já formados.

Objetivo: aceleração de projetos; desenvolvimento de competências individuais para empreender; visão de estratégia e crescimento.

Abordagens: experiencial; empreendedores convidados; flipped classroom; problem-based learning.

#4 Empreendedorismo que começa no propósito.

Instituição: Universidade Federal de São Carlos.

Público: Graduação em Turismo. Pós graduação em Inovação.

Objetivo: Estimular o autoconhecimento em estudantes de modo a entenderem melhor seu propósito e carreira. Apresentar a carreira como uma jornada empreendedora, não se limitando à profissão.

Abordagens: experiencial; team based learning; exercícios autoreflexivos.

#5 A Jornada do Possível Unicórnio.

Instituição: Centro Universitário FEI.

Público: Graduação em Administração.

Objetivo: inspirar estudantes e apresentar empreendedorismo como uma possibilidade de carreira, com ênfase no empreendedorismo digital e startups.

Abordagens: experiencial; empreendedores convidados; estudo de casos.

#6 Short Case: Pitch para Investidores

Instituição: Universidade de São Paulo.

Público: Graduação em Engenharia de Produção.

Objetivo: Desenvolver habilidade de abrir portas com investidores, fazer uma apresentação efetiva e realizar follow-ups com estes.

Abordagem: experiencial.

#7 Soluções reais para Casos reais

Instituição: Universidade de São Paulo.

Público: Livre, mas ênfase em alunos de graduação em Engenharia, Administração e Design.

Objetivo: vivenciar processo de desenvolvimento integrado de produtos inovadores; aprender a trabalhar com equipes multidisciplinares; relacionamento com demandas reais de empresas.

Abordagem: project-based learning; design education; capstone project.

#8 No Design, um choque de Realidade.

Instituição: Universidade Presbiteriana Mackenzie

Público: Graduação em Design, Arquitetura e Urbanismo.

Objetivo: aprender a trabalhar com equipes multidisciplinares; relacionamento com demandas reais de empresas e organizações.

Abordagem: project-based learning; experiencial

#9 Empreendedorismo Interativo na Advocacia

Instituição: Escola Superior Dom Helder Câmara.

Público: Graduação em Direito.

Objetivo: Introdução aos conceitos de empreendedorismo e inovação; desmistificação do tópico; inspiração a partir de histórias reais.

Abordagem: gamificação; empreendedores convidados.

#10 Aprendizagem baseada em Problemas de Verdade.

Instituição: Universidade de São Paulo - Campus São Carlos.

Público: Graduação em Ciências Matemáticas e da Computação.

Objetivo: Aprender dinâmicas de desenvolvimento de produtos junto a clientes; desenvolver competências de gestão ágil de projetos; compreender desafios na resolução de problemas complexos.

Abordagem: problem-based learning; simulações.

#11 Ferramentas de Negócio para Turmas de Saúde.

Instituição: Universidade de São Paulo.

Público: Graduação em Medicina e demais ligadas à saúde.

Objetivo: Domínio de ferramentas e processos ligados ao processo de criação de empresas na área da saúde, com ênfase em negócios digitais.

Abordagem: experiencial; estudos de caso; flipped classroom; empreendedores convidados; project-based learning.

#12 Uso do Mural em Design e Empreendedorismo

Instituição: Insper.

Público: Graduação em Administração, Economia, Direito, além das Engenharias Mecânica, Mecatrônica e de Computação.

Objetivo: Entendimento de processos de design aplicados à criação de empresas; aprender a trabalhar em equipe e gerenciar projetos; dominar ferramentas de prototipagem.

Abordagem: experiencial; aprendizagem por pares; project based learning; design education.

#13 Ensinar a Empreender Partindo da Proximidade

Instituição: UNIFACCAMP e FATEC

Público: Graduação em Marketing e Empreendedorismo

Objetivo: Vivência das decisões estratégicas na jornada do empreendedor; domínio de conceitos introdutórios.

Abordagem: experiencial; problem based learning; estudos de caso; simulações; gamificação.

#14 UFABC: Interdisciplinar, de Excelência e Orientada a Impacto.

Instituição: Universidade Federal do ABC.

Público: Graduação em Engenharia de Gestão.

Objetivo: Aprender a se organizar em grupo, a planejar e executar empreendimentos e a resolver problemas complexos. Compreender processos de desenvolvimento de produtos na prática.

Abordagem: experiencial; flipped classroom; empreendedores convidados; project-based learning; problem-based learning.

#15 Alto Impacto: Pitch no Contexto de ONGs.

Instituição: Phomenta.

Público: Gestores de ONGs.

Objetivo: Aperfeiçoar a proposta de valor e saber comunicar com público empresarial.

Abordagem: experiencial, casos, flipped classroom.

#16 Para um MBA em Inovação, Autoconhecimento.

Instituição: UFSCar.

Público: Graduação em Administração; Pós-Graduação em Administração e Inovação.

Objetivo: A partir do autoconhecimento e do entendimento do seu papel no mundo, tirar o melhor de si e criar soluções inovadoras.

Abordagem: experiencial; imersões de autoconhecimento.

MODELO

Após as entrevistas e estudos realizados, Ribeiro *et al.* (2021) apontam uma grade comum para nortear professores que ainda não sabem muito bem o que oferecer em uma disciplina completa de empreendedorismo. O modelo dos autores é pensado em uma disciplina de 14 blocos temáticos que se desdobram em 16 aulas (14 aulas + 2 aulas de provas, *pitch day* ou similares), algo como 4 meses, equivalente a um programa semestral. Os autores reforçam que o empreendedorismo não precisa necessariamente de uma disciplina de ponta-a-ponta, mas, caso haja tal oportunidade, esse poderia ser um programa padrão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A jornada empreendedora, assim como o processo de aprendizagem dessa mesma jornada, pode ser trilhada por uma infinidade de caminhos, cada qual única e singular. Essa jornada está disponível a qualquer pessoa, e se entrelaça com uma série de facilitadores e dificultadores. Ela não é apenas um termo, é também um movimento, uma dança mimética, um desvelar do que há por traz dos insights, do porvir, da potência de expressão e interconexão com a realidade de cada um que a trilha. Bons professores, boas práticas, pessoas sensíveis e processos bem pensados são alguns facilitadores. Desconexão com a realidade, consigo próprio, pressões externas ou violências múltiplas (direta, estrutural ou atencional) são alguns dificultadores.

REFERÊNCIAS

DEWEY, J.; SCHILPP, P. A.; HAHN, L. E. **The Philosophy of John Dewey**, 1939.

KOLB, D. A. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. **FT Press**, 2014

KOLB, D. A.; FRY, R. E. *Toward an applied theory of experiential learning*. MIT Alfred P. **Sloan School of Management**, 1974.

RIBEIRO, A. T. V. B.; FERRAGI, C. A.; ZANOTTO, M. A.; CARDOSO, A. C. F. Ensino de empreendedorismo: 16 boas práticas. **Reports by MBI UFSCar**. 87p, 2021. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/351348147_Ensino_de_Empreendedorismo_16_boas_praticas_-_Reports_by_MBI_UFSCar , Acesso em Setembro de 2021.

RIBEIRO, A. T. V. B.; PLONSKI, G. A. Educação Empreendedora: o que dizem os artigos mais relevantes? Proposição de uma revisão de literatura e panorama de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n.1, p.10-41, 2020.

RELATO DO DO PROGRAMA “GLOBAL INNOVATION PORTUGAL”

Cesar Alves Ferragi, Universidade Federal de São Carlos, ferragi@ufscar.br

Laio Gastaldello Zambelo, Barelli & Gastaldello Sociedade de Advogados, laio@bga-adv.com

Thiago Barelli Bet, Barelli & Gastaldello Sociedade de Advogados, thiago@bga-adv.com

INTRODUÇÃO

Para acompanhar o ritmo acelerado das mudanças na sociedade, as universidades precisam de mudanças constantes e sustentáveis (CLARK, 2003). O debate em torno da educação para o empreendedorismo reforça a necessidade de experiências práticas em vez de abordagens teóricas (MAHMOOD *et al.*, 2020; ABUALBASAL; BADRAN, 2019; RAE *et al.*, 2010; FAYOLLE; GAILLY, 2008; CORBETT, 2005; COOPER *et al.*, 2004). Para desenvolver o talento empreendedor, deve-se olhar para além da educação em sala de aula (RIBEIRO *et al.*, 2018; RAE *et al.*; FAYOLLE; GAILLY, 2008). Em direção a uma educação abrangente para o empreendedorismo, a literatura atual já apresentou estudos de caso e muito mais, destacando que a aprendizagem prática, experiencial e baseada na ação é adequada (MAHMOOD *et al.*, 2020; RAE *et al.*; FAYOLLE; GAILLY, 2008). O presente trabalho apresenta o relato do programa “Global Innovation Portugal”, promovido pelo Master in Business Innovation (MBI) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), em parceria com a Barelli & Gastaldello Sociedade de Advogados e a Bazaar business development consulting, com o objetivo de registrar a iniciativa no âmbito acadêmico e incentivar outros programas a internacionalizar suas práticas de ensino para o empreendedorismo. Criou-se um programa imersivo internacional de 7 dias para professores e estudantes brasileiros do MBI UFSCar em diversas cidades do ecossistema de inovação em Portugal em novembro de 2019, conforme descrito a seguir.

DOS OBJETIVOS DO PROGRAMA GLOBAL INNOVATION PORTUGAL

Por um lado, a estratégia de enviar professores para experiências internacionais, para citar um exemplo, tem sido uma das ações do governo chinês para incentivar o empreendedorismo nas universidades, (ZHOU; XU, 2012), assim como desenvolver competências empreendedoras em acadêmicos no Brasil (DAL-SOTO *et al.*, 2021). Por outro, é de conhecimento geral e incontroverso que os aspectos teóricos e práticos, independentemente do ramo ou assunto abordado, podem conter

características peculiares e até mesmo opostas, o que torna necessário que o professor, aluno e/ou empreendedor se aprofunde em ambos os aspectos para obter o melhor resultado de aprendizagem.

Em razão dessa necessidade de internacionalização foi criado o programa Global Innovation Portugal, que, em síntese, objetiva apresentar aos professores, alunos e/ou empresários brasileiros as semelhanças e diferenças do ecossistema de Portugal e Brasil, relacionados ao ramo de inovação e negócios, por meio da análise e contato direto com o ecossistema local, beneficiando-se da língua portuguesa comum durante esse processo de internacionalização.

Conhecer a cultura, os costumes, os tratos e os ambientes de inovação é essencial para compreender os desafios da internacionalização e pular etapas no processo operacional. Além disso, a troca de experiências e o contato com outros empreendedores e gestores internacionais é de fundamental importância para o crescimento pessoal e profissional dos participantes.

DOS LOCAIS VISITADOS

O programa teve a duração de 7 (sete) dias e 7 (sete) noites, contou com uma delegação de 6 (seis) pessoas, conciliando contatos com fatores culturais, sociais, inovadores e empreendedores, sendo realizadas visitas a universidades, empresas, incubadoras, câmaras municipais e pontos turísticos e gastronômicos, além de reuniões com profissionais de marketing, administração e juristas, conforme se verifica no roteiro abaixo indicado:

- 1º dia: Jantar de boas-vindas na tradicional Cervejaria Portugália;
- 2º dia: Pela manhã - visita à incubadora Espaço Bazaar, situada em Lisboa, com um bate-papo com o Dr. Luís Patrício Caldas, sócio da banca de advogados Marques Pinto & Caldas Patrício, que explanou acerca da abertura de empresas na União Europeia e dos incentivos europeus do Programa Portugal 2020. À tarde - visita à Agência Investir Torres Vedras, órgão vinculado à Câmara Municipal de Torres Vedras, onde foi apresentado o programa de incubação e aceleração Torres Inov-E, bem como, as linhas de incentivo à pesquisa e ao empreendedorismo para empresas que desejem se instalar no município. Posteriormente, houve uma visita guiada pelo proprietário à Casa Benjamim, uma das mais tradicionais fábricas do Pastel de Feijão, doce

típico da região, sendo explicado todo o processo fabril e de distribuição.

- 3º dia: Pela manhã - encontro na incubadora Espaço Bazaar para um bate-papo com o gerente Higor Esteves, que tratou sobre a internacionalização de modelos de negócios e a dinâmica do mercado português no que tange a marketing e vendas. À tarde - Reunião na Incubadora Loures Inova para tratar sobre incentivos e oportunidades à startups do setor agro-alimentar.
- 4º dia: Pela manhã: visita à incubadora InoVisa, do Instituto Superior de Agronomia, em Lisboa, com bate-papo com o presidente da Associação Industrial Portuguesa - Câmara de Comércio e Indústria, que tratou sobre as formas de entrada de empresas estrangeiras no mercado português. Almoço na vila medieval de Óbidos, em Leiria, uma das mais preservadas da Europa. À tarde - visita ao Instituto Politécnico de Leiria - Escola Superior de Turismo e Economia do Mar, em Peniche, onde fomos recebidos pelo reitor que explanou sobre os incentivos à inovação no turismo e na economia do mar.
- 5º dia: Pela manhã - visita ao Instituto Pedro Nunes (IPN), em Coimbra, incubadora de empresas vinculada à Universidade de Coimbra e que possui o maior número de StartUps "Unicórnios" em Portugal. A gestora do IPN nos acompanhou em uma visita ao Habitat de Inovação Empresarial nos Sectores Estratégicos (HIESE), em Penela, incubadora apoiada pelo IPN e voltada ao setor Agro. À tarde - visita à Universidade de Coimbra, património mundial da UNESCO, uma das universidades mais antigas da Europa.
6º dia: Pela manhã - reunião com o chefe de gabinete do Presidente da Câmara Municipal de Covilhã, que apresentou os projetos de inovação do município e nos acompanhou a uma visita ao Parkurbis - Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã, S.A. Almoço com os gestores do Parkurbis. À tarde - visita a empresas locais para conhecer o ecossistema, encerrando com uma prova de vinhos e queijos da Serra da Estrela.
- 7º dia: Visita aos pontos turísticos do Município de Sintra;
- 8º dia: Almoço de encerramento no tradicional Mercado de Campo de Ourique, com reunião final sobre todos os pontos da imersão e bate-papo com o Dr. Thiago Barelli Bet, sócio da banca de advogados Barelli & Gastaldello.

DOS TEMAS ABORDADOS

No decorrer do Global Innovation Portugal foram apresentados aos participantes

fatores culturais, sociais, econômicos, políticos e tecnológicos dos portugueses, tais como:

- Aspectos culturais, a exemplo dos hábitos alimentares e forma de negociação entre os empresários portugueses;
- Marketing e estratégias próprias da Europa, considerando a comunicação para um público muito mais envelhecido e que ainda está se habituando aos serviços digitais;
- Legislação e regulamentos, com foco na indicação de licenças e dos demais elementos para abertura e desenvolvimento de empresas na Europa, com ênfase no mercado comum europeu.
- Programas de investimentos e incentivos à abertura e desenvolvimento de empresas na Europa, com ênfase no plano europeu então denominado Portugal 2020, que apoiou ideias e empresas inovadoras com mais de 45 bilhões de euros.
- Objetivos da Europa à longo prazo e o déficit populacional como fator determinante nas políticas públicas de incentivo;
- Ecossistema português de inovação e a rede nacional de incubadoras e aceleradoras em Portugal, utilizada como forma de desenvolver o país.

DAS CONCLUSÕES OBTIDAS COM O GLOBAL INNOVATION PORTUGAL

Percebe-se o papel de vivências empreendedoras e internacionais na formação dos professores e alunos do MBI UFSCar, beneficiando-se da língua portuguesa comum entre Brasil e Portugal. A estratégia de enviar professores para experiências internacionais incentiva o empreendedorismo nas universidades (ZHOU; XU, 2012), o desenvolvimento de competências empreendedoras em acadêmicos (DAL-SOTO *et al.*, 2021) e alunos para além da sala de aula (RIBEIRO *et al.*, 2018; RAE *et al.*; FAYOLLE; GAILLY, 2008). Como limitações, entende-se que a descrição do programa Global Innovation Portugal, embora seja fundamental para a especificidade dos locais visitados e dos temas abordados, carrega suas limitações ao não debater formas de generalização - algo não objetivado com o presente trabalho. Estudos futuros podem analisar as práticas aqui relatadas, seja em questionários ou outras pesquisas confirmatórias e quantitativas.

REFERÊNCIAS

ABUALBASAL, A. M.; BADRAN, R. E. From course project to entrepreneurship: The case of engineering students at Princess Sumaya University for Technology. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 22, n. 5, 2019

CLARK, B. R. Sustaining change in universities: Continuities in case studies and concepts. **Tertiary education and management**, v. 9, n. 2, p. 99-116, 2003.

COOPER, S., *et. al.* Stepping out of the classroom and up the ladder of learning: An experiential learning approach to entrepreneurship education. **Industry and Higher education**, v. 18, n. 1, p. 11-22, 2004.

CORBETT, A. C. Experiential learning within the process of opportunity identification and exploitation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n. 4, p. 473-491, 2005

DAL-SOTO, F., *et. al.* The Entrepreneurial Orientation in the Transformation of Universities. **Brazilian Business Review**, v. 18, n. 3, p. 255-277, 2021.

FAYOLLE, A; GAILLY, B. From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. **Journal of European Industrial Training**, v. 32, n. 7, p. 569-593, 2008.

MAHMOOD, N., *et. al.* Bottom-up framework for experiential & project-based 4-year BS entrepreneurship program: An intrapreneurial conceptualization at institute of business management (IOBM). **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 23, n. 5, 2020.

RAE, D. *et al.* Creating an enterprise culture in a university: the role of an entrepreneurial learning team. **Industry and Higher Education**, v. 23, n. 3, p. 183-197, 2009.

RIBEIRO, A. T. V. B., *et al.* Building builders: entrepreneurship education from an ecosystem perspective at MIT. **Triple Helix**, v. 5, n. 1, p. 1-20, 2018

ZHOU, M.; XU, H. A review of entrepreneurship education for college students in China. **Administrative Sciences**, v. 2, n. 1, p. 82-98, 2012.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: A RECONSTRUÇÃO DO PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO GARAGE UFPR.

Cleverson Renan da Cunha, Universidade Federal do Paraná, cleverson.cunha@gmail.com

INTRODUÇÃO

A importância da educação empreendedora tem sido destacada nos últimos anos nas Universidades e Faculdades ao redor do mundo. Diversas ações têm sido implementadas visando o desenvolvimento de comportamentos empreendedores e a criação de novos negócios. Estes movimentos incluem desde a inserção da temática nas disciplinas tradicionais, ofertas de disciplinas teóricas e práticas sobre empreendedorismo assim como ações de extensão universitária e outros cursos e oficinas (WANG; KHANNA; MONDINI, 2020).

A pandemia exigiu que as pessoas, e as também as universidades, encontrassem novos caminhos para alcançarem seus objetivos. A transformação das práticas e processos educacionais foram aspectos que receberam atenção nos últimos dois anos. Neste contexto, a educação empreendedora precisou passar por experimentações e reformulações, com a capacidade de criar soluções que possam responder ao momento atual e criar novas possibilidades para o futuro.

Este artigo tem por objetivo descrever o processo de adaptação do programa de pré-incubação implementado na Universidade Federal do Paraná nos anos de 2020 e 2021 chamado Garage UFPR para o modelo digital.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Neck, Greene e Brush (2014) advogam a relevância de se pensar a educação empreendedora de forma aplicada. Isso não diminui a importância da teoria, mas direciona o conteúdo para um processo sistemático de desenvolvimento de competências. Elas propõem uma abordagem baseada na ação, que abrange 5 práticas: o jogar; a empatia; a criação; a experimentação e a reflexão.

A importância da prática também é defendida por Aulet (2013) em seu trabalho *Disciplined entrepreneurship*. Para ele uma das principais justificativas para o surgimento de empreendedores é a combinação de mentalidade e habilidades, que podem ser desenvolvidas no contexto universitário. ela destaca a importância da criação de um ambiente que possa favorecer o surgimento e ampliação desse "mindset".

PRÉ-INCUBAÇÃO

A pré-incubação envolve um conjunto sistemático de atividades com o objetivo de transformar uma ideia em um modelo de negócio validado. Tripathi e Oivo (2020) destacam o papel das incubadoras, aceleradoras, coworkings, mentorias e eventos no desenvolvimento de startups e, por consequência, de empreendedores também.

Já a relevância da pré-incubação é destacada por Teixeira, Souza e Teixeira (2019) como instrumento para o desenvolvimento da mentalidade empreendedora, de capacidades tecnológicas, da criatividade e inovação.

Essa percepção é reforçada por um estudo longitudinal de 10 anos realizado por Voisey, Jones e Thomas (2013) em pré-incubadoras. Eles constataram contribuição positiva da pré-incubação na criação de novos negócios e na geração de empregos em um ambiente de baixo crescimento.

O PROGRAMA GARAGE UFPR

O Garage UFPR é um programa de pré-incubação promovido pela Agência de Inovação UFPR e realizado em parceria com o Sebrae e de alguns movimentos da UFPR voltados para o empreendedorismo em áreas temáticas. A primeira turma foi programada para ser oferecida nas instalações do HUB de Inovação UFPR, com o começo previsto para março de 2020. No entanto, por causa da pandemia, o início foi suspenso. Entendendo que a limitação para realização de atividades presenciais iria continuar foi decidido migrar a oferta para o digital. Dessa forma, um novo projeto foi elaborado a partir das metodologias desenvolvidas com a retirada de algumas atividades e a inserção de outras mais adequadas ao contexto digital.

As atividades teóricas e práticas ocorrem em um período de quatro meses, divididos em três fases: 1) descoberta; 2) produto e 3) mercado, culminando com a apresentação dos projetos para uma banca de mentores e investidores.

A metodologia adotada inclui videoaulas, textos de referência, palestras, oficinas práticas, mentorias, apresentação de bancas e entregas das atividades propostas.

Após os ajustes planejados, o novo curso piloto foi oferecido de agosto a dezembro de 2020, com 29 projetos inscritos e aprovados. Destes, 21 ideias foram apresentadas no pitch final em dezembro de 2020. Como forma de adequação ao ambiente virtual, foi utilizado o Moodle como espaço de aprendizagem, com repositório de conteúdo, interação dos participantes e entrega das atividades. Os encontros virtuais ocorreram na plataforma Zoom.

A dinâmica do curso foi organizada a partir das três fases apresentadas e divididas por temas. No início de cada tema era oferecido um workshop teórico e prático com um consultor do Sebrae e com a participação dos coordenadores do curso. Na semana seguinte era realizada a mentoria coletiva, tratando de questões dos projetos. Normalmente, em cada mentoria era apresentada de três a quatro casos, que eram abordados tanto pela equipe de professores quanto pelos próprios participantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do esforço de adaptação do conteúdo das atividades presenciais para a distância, vários desafios e oportunidades para mudança foram identificadas. Na proposta inicial, os encontros eram semanais, com duração de três horas. No novo modelo, foram realizadas somente com duas horas síncronas, acompanhadas de outras atividades a distância. Com isso não foi possível realizar o workshop com os problemas reais dos grupos. A adaptação envolvia a distribuição dos participantes em grupos aleatórios para realização de atividades de fixação do conteúdo.

Um segundo desafio foi a realização das dinâmicas de grupo. Muitas delas não funcionaram no contexto digital. Logo após o terceiro workshop elas foram retiradas da programação.

Outro ponto identificado como problemático foi o comprometimento dos participantes com o grupo e seu processo de aprendizado. Por ser o empreendedorismo um tema novo para muitos deles, diversas pessoas saíram dos grupos por não conseguir acompanhar os encontros. O estresse e a sobrecarga gerados pela pandemia foram apontados como os maiores problemas.

Por outro lado, o modelo digital nos permitiu contar com diversos mentores nas bancas que dificilmente poderiam participar das atividades presenciais. Para aumentar a qualidade dos retornos, os grupos foram divididos em times com 5 ou 6 equipes, que tiveram a participação de 3 a 4 mentores em cada. Assim, foi possível oferecer a cada projeto atenção especial e orientações com profundidade. Outro ponto que merece destaque foi a oportunidade de participação de pessoas da capital, o que permitiu o alcance de outros alunos, professores e técnicos que não participaram da oferta original.

Apesar dos problemas, a mudança da oferta presencial para a digital trouxe aprendizagem e conquistas que poderão facilmente serem incorporadas a novas

ofertas possivelmente culminando na elaboração de um modelo híbrido que permita o fortalecimento dos laços sociais ao mesmo tempo que gera oportunidade para o alcance de outras pessoas no contexto interno e externo à universidade.

REFERÊNCIAS

AULET, B. disciplined entrepreneurship. new jersey: WILLEY, 2013.

NECK, H.M.; GREENE, P.G.; BRUSH, C. **Teaching entrepreneurship: a practice-based approach**. Massachusetts: Edgard Elgar, 2014.

TRIPATHI, N.; OIVO, M. the roles of incubators, accelerators, co-working spaces, mentors, and events in the startup development process. in: NGUYEN-DUC, A.; MUNCH, J.; PRIKLADNICKI, R.; WANG, X.; ABRAHAMSSON, P. (eds) **Fundamentals of software startups**. Switzerland: Springer, 2020.

VOISEY, P.; JONES, P.; & THOMAS, B. The pre-incubator: a longitudinal study of 10 years of university pre-incubation in wales. **Industry and Higher Education**, v. 27, n. 5, 2013.

WANG, X.; KHANNA, D.; MONDINI, M. Teaching “through” entrepreneurship: an experience report. in: NGUYEN-DUC, A.; MUNCH, J.; PRIKLADNICKI, R.; WANG, X.; ABRAHAMSSON, P. (eds) **Fundamentals of oftware startups**. Switzerland: Springer, 2020.

BENEFÍCIOS DA GESTÃO DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS EM STARTUPS

Edna Gessner, Universidade Federal de Santa Catarina, edna.gessner@gmail.com

Dante Juliatto, Universidade Federal de Santa Catarina, dante.juliatto@ufsc.br

Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Universidade Federal de Santa Catarina, alvaro.lezana@ufsc.br

INTRODUÇÃO

O gerenciamento de processos de negócios ou *business process management* (BPM) oferece métodos, técnicas e princípios de gerenciamento para alinhar processos em uma organização, contribuindo para atingimento de metas e conformidade. O desenvolvimento da capacidade de BPM na organização ajuda a estabelecer a infraestrutura necessária para melhoria de processos de negócios com facilidade, bem como melhores resultados e competitividade de longo prazo (DIJKMAN; LAMMERS; De JONG, 2016; CASTRO; DRESCH; VEIT, 2019). Nesse sentido, a abordagem BPM deve ser adaptada conforme contexto da organização (MENDLING; PENTLAND; RECKER, 2020). e é especialmente útil para responder à tendência de digitalização de negócios (MENDLING; PENTLAND; RECKER, 2020).

Startups são empresas com características como prototipagem rápida, limitação de recursos e mudanças constantes no produto e processos. A gestão é centralizada nos sócios, que estruturam suas rotinas e processos conforme evolução dos negócios (MAGDALENO, 2017). No Brasil, o perfil das startups, em termos de estrutura organizacional, inclui equipes de operação com até 3 pessoas, sendo 49% das empresas compostas apenas pelos sócios, e 69% dos empreendimentos são formalizados (FINEP, 2020).

Ambientes dinâmicos, como o contexto de startups, podem se beneficiar de abordagens como o BPM, especialmente na digitalização de processos (ANTONUCCI; FORTUNE; KIRCHMER, 2021). Nesses casos, a abordagem BPM deve se tornar ágil, com um processo de implementação mais refinado e contínuo: feedback rápido e ciclo de aprendizagem curto, para testar qual projeto de processo funciona conforme o ambiente de negócios (MENDLING; PENTLAND; RECKER, 2020).

O objetivo deste estudo foi analisar os benefícios da gestão de processos de negócios em startups por meio de estudo de caso. A unidade de análise neste estudo é uma startup do setor de energia, em fase de validação do produto no mercado, que está iniciando suas operações no Brasil de forma remota e em busca de recursos

financeiros. O foco de análise é o processo comercial da empresa. O estudo concluiu que o mapeamento de processos e a aplicação do BPM na startup possibilitaram as operações comerciais e treinamento de equipe de forma remota, além de evidenciar ineficiências no processo e oportunidades de melhoria. Ainda, o mapeamento foi apontado como diferencial para o valor de mercado, ou *valuation*, da startup em interações com possíveis investidores.

MÉTODOS

Optou-se pela pesquisa qualitativa por enfatizar as experiências subjetivas das pessoas e dos processos de criação, além da compreensão profunda resultante de informações de uma pequena amostra (LEAVY, 2017). A estratégia de pesquisa é o estudo de caso, que é utilizado quando se deseja estudar uma situação específica (o caso) em profundidade.

A unidade de análise é uma startup do setor de energia, com modelo de negócio de plataforma, a Eloé Energy. A empresa iniciou suas operações em fevereiro de 2021, formalizada em Florianópolis, Santa Catarina – Brasil, lançou o MVP em maio do mesmo ano. Sua estrutura organizacional é composta de 4 sócios, que se dividem nas funções principais de operações. Além dos sócios, o time conta com apoio de profissionais que prestam serviços pontuais, como serviços de contabilidade, estagiários e 1 vendedor externo. Todas as operações ocorrem de forma remota.

A primeira etapa do estudo de caso consistiu na sensibilização dos sócios sobre a abordagem BPM. Em seguida, questionou-se sobre a demanda mais urgente na startup em termos de gestão de processos, visto que o primeiro estágio do BPM é a identificação do problema crítico (CASTRO; DRESCH; VEIT, 2019). A partir da priorização da demanda, seguiu-se com o mapeamento do processo e validação com a equipe comercial e demais sócios. Por fim, levantaram-se os principais benefícios sentidos pela equipe da startup com relação ao mapeamento de processos.

RESULTADOS

O problema crítico, ou seja, com potencial de impactar a estratégia da organização no momento da pesquisa era o comercial. No momento da pesquisa, a startup estava investindo na estratégia comercial, com a formação de time e aquisição de recursos necessários.

O time para implementação do BPM contou com os 4 sócios da startup e o

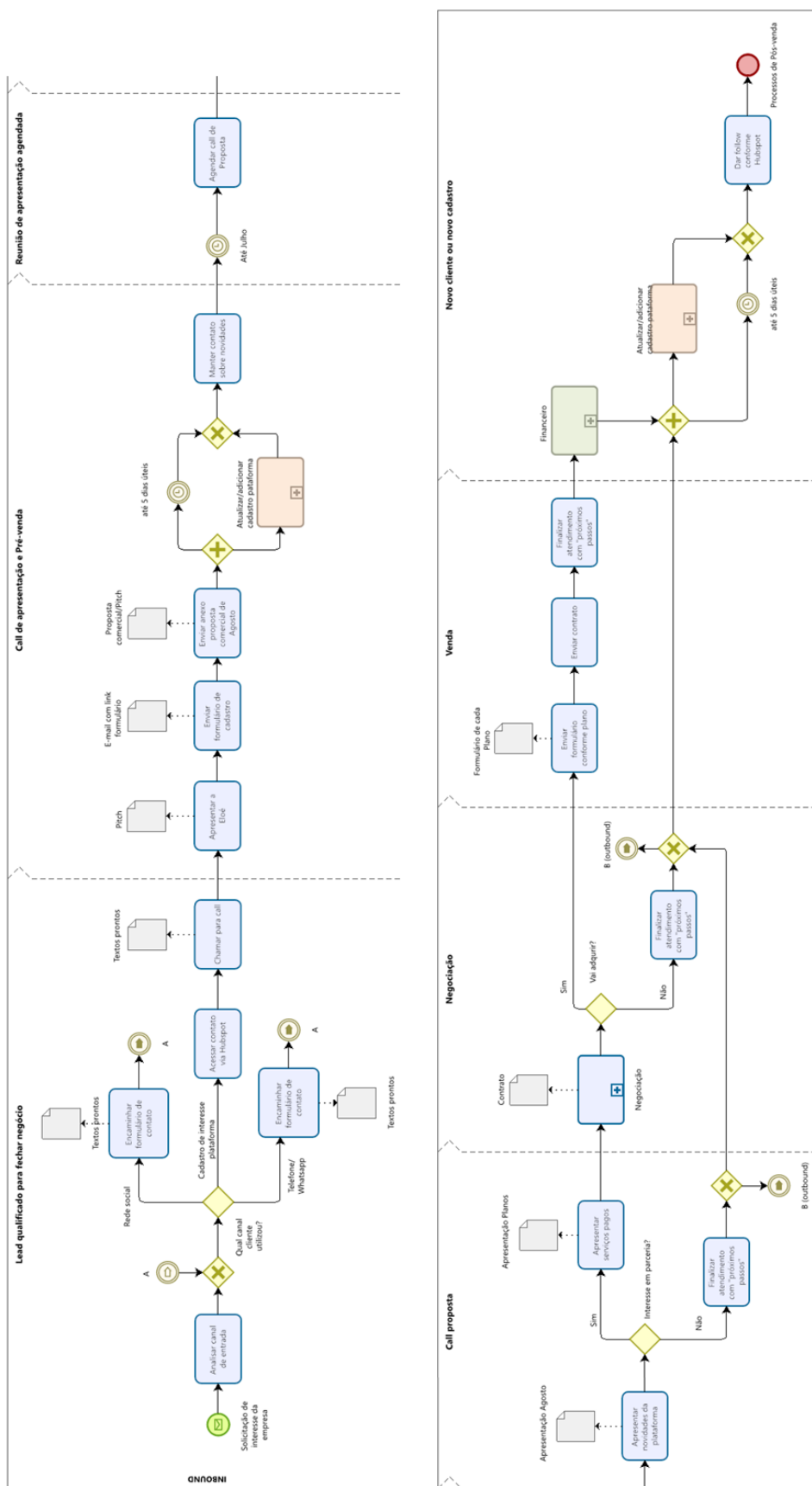
treinamento de colaboradores ocorreu de forma remota. A Imagem 1 apresenta a primeira versão do mapa do processo comercial da startup, conforme os sócios tem realizado a prospecção e venda. No mapeamento também foram relacionados materiais de apoio para tarefas e possibilidade de nova interação com o lead já qualificado em outro processo comercial, com estratégia *outbound*, ou seja, prospecção ativa. Deste modo, houve a identificação de demanda de mapeamento de abordagem comercial *outbound*, melhoria na estratégia comercial e a necessidade de integração com a equipe de marketing nessa etapa de BPM.

Além disso, a modelagem do processo representado na Figura 1 destacou 7 (sete) marcos ao longo do processo, que correspondem a etapas do funil de vendas na ferramenta de CRM, ou *Customer relationship management*. Os marcos servirão de base para implementação de mecanismos de controle, como a definição de métricas para objetivos da área comercial da empresa com base no framework de gestão por OKRs (*objectives and key results*).

Após a interação com a startup para modelar o processo e identificar oportunidades de melhoria, bem como novas demandas em mapeamento de processos, entrevistou-se a equipe para analisar os principais benefícios do BPM nesse contexto. A principal vantagem foi a identificação de recursos e processos de gestão e de suporte necessários para o funcionamento da área comercial da startup de forma remota. Nesse sentido, o BPM já foi apontado na literatura como abordagem para a eficiência na digitalização de processos de negócios (MENDLING; PENTLAND; RECKER, 2020; ANTONUCCI; FORTUNE; KIRCHMER, 2021).

Os sócios da startup também relataram que a implementação do BPM agregou pontos na qualificação da startup em rodadas de investimento, impactando diretamente no seu *valuation*. O mapeamento possibilitou uma visão geral dos processos da empresa, o que elevou sua maturidade em relação à governança e seu valor de mercado.

Figura 1 - Mapa processo comercial da startup



Fonte: dos autores

CONCLUSÕES

A presente pesquisa abordou o BPM no contexto de startups, contribuindo para um campo de estudo ainda em desenvolvimento. Nesse sentido, validou-se a necessidade de implementação do BPM com integração de metodologias ágeis. No caso analisado, o mapeamento de processo foi construído considerando a gestão por OKRs e a necessidade de construção de métricas que façam sentido para a área comercial e marketing.

Durante as atividades de mapeamento e modelagem do processo comercial, a equipe da empresa identificou novas demandas de gestão de processos. Além disso, foi possível identificar recursos necessários na execução do processo mapeado, bem como processos de gestão e de suporte para as operações de forma remota.

Outra contribuição para os estudos de BPM no contexto de startups é sobre o impacto de sua implementação na governança da empresa – e consequentemente, seu valor de mercado. Estudos futuros podem analisar essa relação em maior profundidade, bem como fatores críticos para o sucesso de implementação de BPM nessas empresas.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

Os autores agradecem a equipe da startup Eloé Eneyr pela oportunidade de estudar o BPM no contexto de uma startup.

REFERÊNCIAS

ANTONUCCI, Y. L.; FORTUNE, A.; KIRCHMER, M. An examination of associations between business process management capabilities and the benefits of digitalization: all capabilities are not equal. **Business Process Management Journal**, v. 27, n. 1, p. 124-144, 2021.

CASTRO, B. K. A.; DRESCH, A.; VEIT, D. R. Key critical success factors of BPM implementation: a theoretical and practical view. **Business Process Management Journal**, 2019.

DIJKMAN, R.; LAMMERS, S. V.; De JONG, A. Properties that influence business process management maturity and its effect on organizational performance. **Information Systems Frontiers**, v. 18, n. 4, p. 717-734, 2016.

FINEP. **Um raio-x das startups no Brasil**. Imprensa. 05 jul 2019. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/noticias/todas-noticias/5984-um-raio-x-das-startups-no-brasil>. Acesso em 10 de dezembro de 2020.

LEAVY, P. Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches. **Guilford Publications**, 2017.

MAGDALENO, A. M. *et al.* Bridging the Gap between Brazilian Startups and business processes—Process thinking's initial exploratory case study. **ISys-Revista Brasileira de Sistemas de Informação**, v. 10, n. 1, p. 19-38, 2017.

MENDLING, J.; PENTLAND, B. T.; RECKER, J. Building a complementary agenda for business process management and digital innovation. **European Journal of Information Systems**, v. 29, 2020.

USING THE BUSINESS MODEL CANVAS IN A SOFTWARE ENGINEERING COURSE

Edward David Moreno, Universidade Federal de Sergipe, edward@dcomp.ufs.br

Maria Elena Leon Olave, Universidade Federal de Sergipe, mleonolave@academico.ufs.br

Paulo Afonso, University of Minho (Portugal), psafonso@dps.uminho.pt

João Miguel Fernandes, University of Minho (Portugal), jmf@di.uminho.pt

INTRODUCTION

Most of the courses offered by universities and focused on entrepreneurship provide some tools for students to learn and apply when developing their projects. The Business Model Canvas (BMC) appears as one of the most used tools for the development or documentation of new or existing business models. As mentioned by Krakauer *et al.* (2015), most university programs use only BMC as a tool for the business modeling. In Chanin *et al.* (2017) the authors argued that one of the biggest advantages of using the Business Model Canvas is that it gives the entrepreneur a holist view of his/her business.

On the other side, in Huang-Saad; Morton; Libarkin (2018), the authors demonstrated that the current literature on engineering entrepreneurship indicates that the scope of engineering entrepreneurship programs focuses on general concepts of entrepreneurship instead of really business creation. But, given the very applied scope of engineering entrepreneurship, teachers should promote skills such as creativity, product development, opportunity identification, teamwork, and communication.

In this paper, we discuss the benefits, satisfaction degree and difficulties found by students using these business tools in an informatics engineering course taught at University of Minho (Portugal).

ENTREPRENEURSHIP IN AN INFORMATICS ENGINEERING COURSE

The course 'Project in informatics engineering' was launched in the academic year of 2009/2010 (FERNANDES *et al.*, 2017). It is part of the last academic year of the Informatics Engineering master's degree, promoted by the School of Engineering at the University of Minho (Portugal).

In the edition of 2019/2020, the number of students reached 109, organized into 13 groups. **The process typically starts** with a general presentation made by the academic coordinator of the course. In this meeting the students receive the task of constituting the teams, electing a team's leader, and thinking about possible projects.

After that, in the following two weeks, there are made periodic meetings to discuss the business idea proposed by each team. **The first phase ended** with the presentation of a first pitch, where each group must present the selected idea, brief research on the targeted market, competitors and similar products. **In the second phase**, the monitoring process continues, with weekly meetings. At these meetings, business artifacts and tools are used particularly the Business Model Canvas (BMC), to help the teams improving product requirements in order to achieve a more feasible solution from both a technological and a market perspective. It is also recommended that teams get the help of a mentor with experience and knowledge on the market or/and the technology used in the product/service under development. **This second phase ended** with a second pitch and the delivery of a first technical report of the project, which, in addition to the business plan, should contain technical information about technologies and computational tools that should be used in the development phase. In this second pitch, external elements are invited to give feedback on the technical feasibility, value proposition and market potential of each project. **In the third phase** of the project, the students are going deeper into the technical part of the project's development, and the teachers continue to follow the entire process, with weekly meetings.

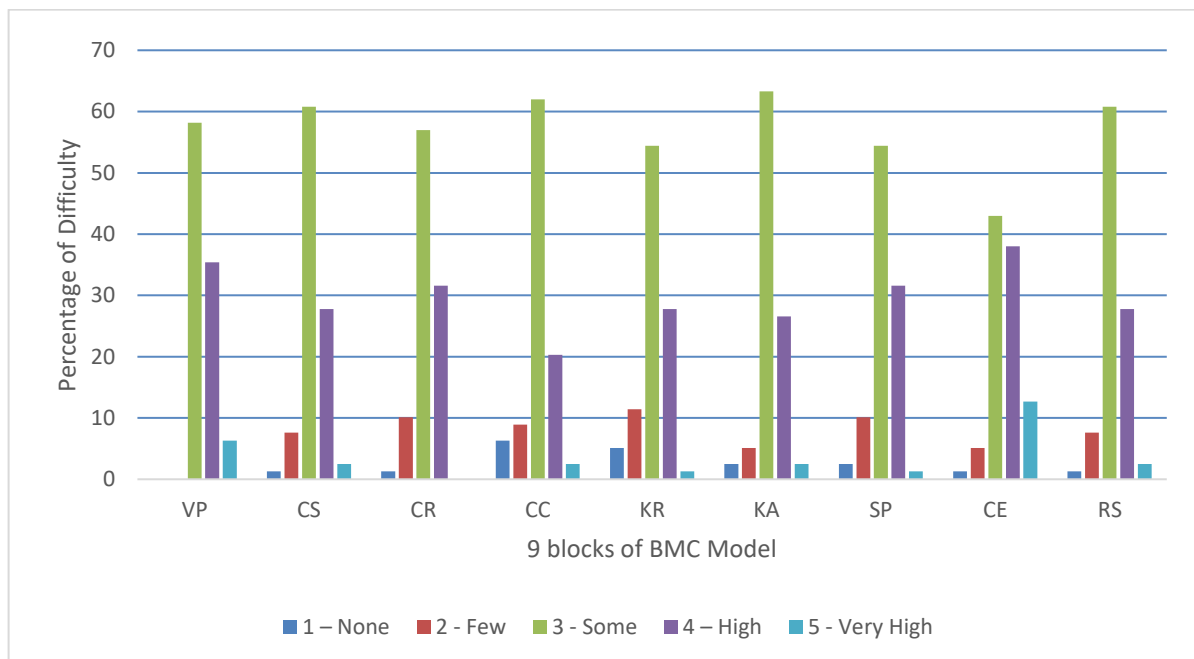
This **third phase** ends with the third pitch and a final report. In this presentation, a functional version of the product/service should be presented, as well as more accurate and complete information about the market and the competitive advantage of the product in relation to the actual products and competitors. Finally, an analysis of the economic and financial viability of the project should be also made. This final presentation is always open to the public, with guests from companies, the city hall, startups, etc., and it occurs outside the university. Local media follow these events turning them an important and special moment of the entire process.

USING THE BUSINESS MODELS CANVAS

Regarding the difficulties experienced by students in developing each one of the Canvas components, some aspects can be highlighted, as shown in Imag1. A questionnaire was sent to all students composed by a set of questions answered using a five-point Likert-scale. There were got 79 answers. Regarding the gender, 16 of them are females and regarding the age, 90% are students between 21 and 25 years. It was found that above 87% of the students presented some degree of difficulty using the

BMC. Indeed, 34% of the students answered that they have high difficulty to deal with what is required to complete the BMC. Other relevant result is related to which components students consider harder to be answered. From the 9 components of the BMC model, the most difficult are the cost structure (51% of the students have medium or high difficulty to answer this block), and the value proposition (42%). For the other seven components, around 30% of students had any difficulty (Figure 1).

Figure 1 - Difficulties found by students in the components of the BMC model



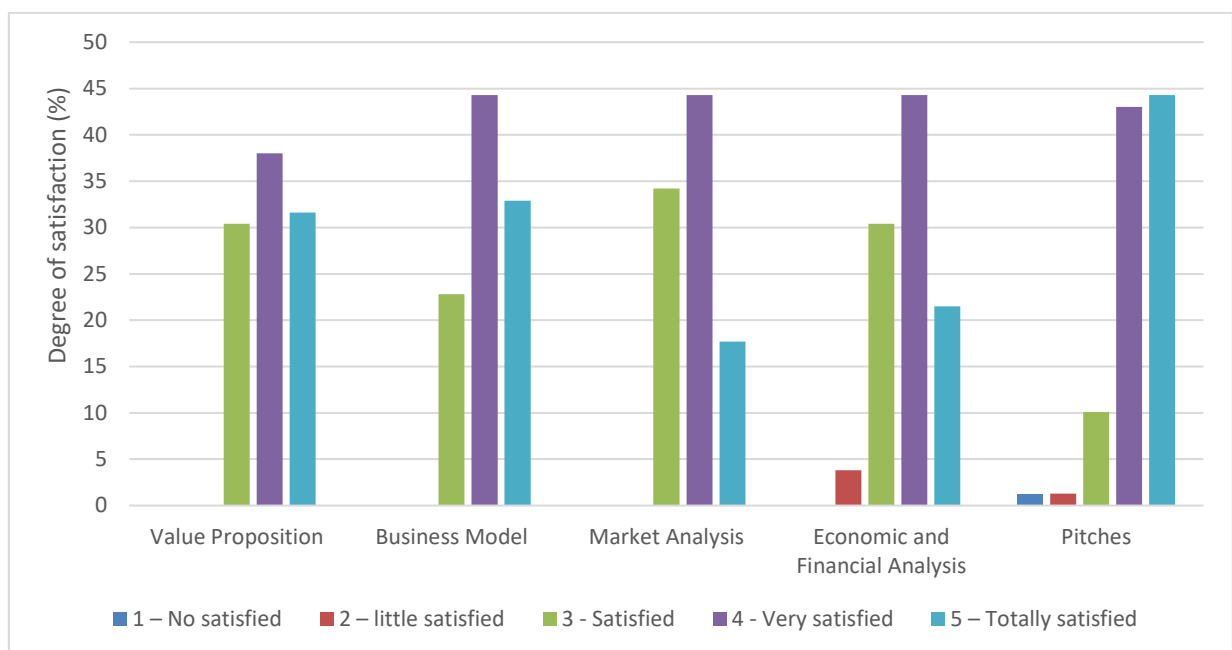
Source: from authors.

The process of achieving a good fit between the product and the market is developed in 4 main stages called in this course “validations” each represent more or less a gate to proceed with the project. These validations should be got by this order: validation of the value proposition (product and customer needs and expectations must fit), validation of the market (a good knowledge of the market must be achieved namely its potential dimension, pricing, competitors’ strategies, etc.), business model validation (i.e., a proper business model must be designed to allow the creation and the delivery of the value proposition), and finally, an economic and financial validation must be made to understand if and how the business can be profitable and sustainable.

The answers obtained for the degree of satisfaction with the project carried out are shown in Figure 2. Observing these results, we can highlight the following aspects:

(1) In relation to the “Value Proposition” validation, the answers highlight that 70% were satisfied with the result obtained ; (2) Regarding the “Business Model Design”, it can be seen that the satisfaction’s degree is also high (77%); (3) for the “Market Analysis and Validation”, the degree of satisfaction is high also but lower than the previous ones (62%); (4) and the level of satisfaction with the “Economic and Financial Analysis” is 66%. Finally, related to the pitches, 87% of students were very satisfied with what they did and presented.

Figure 2 - Degree of satisfaction using the four-validations model



Source: from authors.

CONCLUSIONS

In this paper we showed that students have difficulties to deal with what is required to complete the BMC. Although the business model is apparently easy to understand and to fill in, students from engineering and computing sciences courses have difficulty in designing an adequate business model to support their projects. Students also experienced more difficulties to tune the cost structure and the value proposition blocks. Finally, students agreed that using the 4-validation model helps to develop technology-based projects with a good market fit.

REFERENCES

CHANIN, R.; POMPERMAIER, L.; *et al.* Applying Customer Development for Software Requirements in a Startup Development Program. IEEE/ACM WORKSHOP ON SOFTWARE ENGINEERING FOR STARTUPS, 1., 2007, **Proceedings** [...]. (SoftStart), 2017.

FERNANDES, J. M.; AFONSO, P.; *et al.* Promoting entrepreneurship among informatics engineering students: insights from a case study. **European Journal of Engineering Education**, v. 42, n. 1, p. 91-108, 2017.

HUANG-SAAD, A. Y.; MORTON, C. S.; LIBARKIN, J. C. Entrepreneurship Assessment in Higher Education: A Research Review for Engineering Education Researchers. **Journal of Engineering Education**, v. 107, n. 2, p. 263-290. 2018.

KRAKAUER, P. V. C.; PORTO, M. C. G.; *et al.* ENTREPRENEURSHIP TEACHING: USE OF BUSINESS MODEL GENERATION. **RAI – Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 07-23, jan./mar. 2015.

EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EDUCACIÓN SUPERIOR. UNA EXPERIENCIA CON ONGS

Esther Barros-Campello, Universidade da Coruña (España), esther.barros@udc.es
Nuria Calvo, Universidade da Coruña (España), nuria.calvob@udc.es
Carmen Gago-Cortés, Universidade da Coruña (España), m.gago@udc.es

INTRODUCCIÓN

La falta de vocaciones emprendedoras entre los estudiantes universitarios reduce la capacidad de creación de empresas dentro de un territorio. Esta falta de vocaciones emprendedoras se relaciona con la ausencia de actividades de estímulo al emprendimiento en el sistema educativo. Para paliar esta situación, los docentes del área de Dirección Estratégica de la Universidad de A Coruña (España) plantean una actividad de estímulo al emprendimiento a través de una acción indirecta. A lo largo de un semestre, los estudiantes deben elaborar un caso de estudio de una organización de su entorno, sobre la que tienen que realizar un análisis estratégico, identificar su formulación estratégica y proponer mejoras y vectores de crecimiento. Para ello, los estudiantes deben entrevistar a diversas personas de la organización y sacar conclusiones aplicando el marco conceptual estudiado en la asignatura. A mayores, desde el curso académico 2019/20, se ha diseñado e implementado un proyecto aprendizaje-servicio (ApS), con el que se pretende comprometer a los estudiantes en actividades que combinen el servicio a la comunidad y el aprendizaje académico. A raíz de este proyecto ApS, se han incorporado a los casos de estudio entidades sin ánimo de lucro. Los resultados de esta experiencia aportan evidencias del mayor potencial del contacto de los estudiantes con ONGs en el estímulo de vocaciones emprendedoras.

En el epígrafe siguiente explicamos la experiencia de Aprendizaje-Servicio (ApS) y, a continuación, presentamos las principales conclusiones.

DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA DE APS

Durante el curso 2019_2020 se planteó a los estudiantes el análisis estratégico de una ONG. Esta actividad estaba encuadrada dentro de la implementación del método pedagógico de ApS en la UDC. En este caso, tenían que enfrentarse a estructuras organizativas poco profesionalizadas y basadas en el trabajo de voluntarios con una permanencia intermitente, escasa orientación a resultados y difícil supervivencia por su excesiva dependencia de subvenciones públicas. Los

estudiantes desafiaban, así, problemas desordenados y confusos, sin solución técnica perfecta (SCHÖN, 1983). Los proyectos ApS han venido mostrando un aumento de su responsabilidad cívica a la vez que incrementan su capacidad de reflexión y el nivel de aprendizaje (MUELLER; BRAHM; NECK, 2015).

Los estudiantes trabajaron con 14 ONGs el curso académico 2019/20 y 20 el curso siguiente. En lo relativo al ámbito de las entidades sin ánimo de lucro analizadas, el 64% se encuadran en el ámbito asistencial, el 28% son protectoras de animales y el 8% actúan en el campo de la defensa ecológica. Dentro del ámbito asistencial, destaca el apoyo de las ONG analizadas a las personas con discapacidad funcional. Las ONGs se sitúan en la propia ciudad de A Coruña y en sus alrededores, de modo que se posibilita el acercamiento de los alumnos a emprendedores y organizaciones de su zona más próxima, lo que podría revertir en ampliar su horizonte laboral hacia papeles más activos como el de emprendedores, asesores o incluso inversores.

Al igual que los que trabajaron con empresas tradicionales, los estudiantes sometidos a esta experiencia también concluyeron que el análisis había resultado más útil que las clases tradicionales para aplicar los conocimientos adquiridos a la posible creación de su propia empresa. Sin embargo, a diferencia de los anteriores, en la práctica estos estudiantes se implicaron más activamente en las organizaciones estudiadas como socios y voluntarios.

La Tabla 1 muestra la principal necesidad que detectan para emprender los alumnos de la asignatura en el curso 2020-21, diferenciando entre los que han marcado en los cuestionarios que sí tienen intención de crear una empresa en los próximos tres años del total de alumnos que han respondido a la encuesta. La mayoría de los alumnos que han escogido una ONG señalan la falta de capital propio como principal obstáculo para crear una empresa, tanto aquellos que sí muestran intenciones emprendedoras como los que, a priori, no tienen interés en crear una empresa en los próximos 3 años. Los alumnos que han analizado una empresa tradicional y sí quieren emprender han señalado la falta de conocimiento como principal obstáculo, mientras que, si tomamos el total de estudiantes, el 42% señala el capital propio como principal obstáculo.

Tabla 1 - Tabla cruzada

¿TIENES INTENCIÓN DE CREAR UNA EMPRESA EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS?			TIPO_ORGANIZACION	
			1	2
Sí	Principal_necesidad	1	25%	50%
		2	0%	10%
		3	75%	10%
		4	0%	30%
Total	Principal_necesidad	1	18%	24%
		2	18%	15%
		3	58%	42%
		4	0%	12%
		5	7%	6%

Fuente: elaboración propia.

Codificación: Tipo de organización 1=ONG; 2= empresa tradicional.

Principal necesidad para emprender 1= conocimiento; 2= experiencia; 3= capital propio; 4= financiación; 5=falta de interés.

CONCLUSIONES

Entre los resultados obtenidos, destaca, sobre todo, la implicación de los alumnos con la ONG analizada, de la que admiran su labor social, en línea con anteriores investigaciones en este campo de la educación en emprendimiento social, en las cuales la cohesión social era la característica más apreciada por todos los implicados en el proyecto (SÁNCHEZ ESPADA *et al.*, 2018).

Aunque estos resultados son preliminares, se observa, en general, una mayor motivación de los estudiantes, que se implican en mayor medida cuando estudian ONGs, lo que le posibilita un mayor conocimiento del funcionamiento interno de las organizaciones de cara a formar en el futuro su propia empresa, e incluso participar como asesores o futuros inversores en estos proyectos. Algunos ApS implementados en el ámbito universitario tienen el inconveniente que los estudiantes aprenden a ejercer labores de voluntariado en detrimento del desarrollo de habilidades cívicas. Por otro lado, uno de los problemas en el ámbito de la educación para el emprendimiento social es que suele promover modelos muy estrechos y superficiales (NI & TIAN, 2018). El método del caso empleado en este proyecto ApS, a partir del cual los estudiantes analizan la ONG que han elegido con el fin de elaborar una propuesta que ayude a la organización a incrementar su valor creado, facilita un enfoque interdisciplinario que

permite a los estudiantes enfocar el emprendimiento social como un medio para proporcionar soluciones sostenibles y éticas a complejos problemas sociales. De este modo, y siguiendo las premisas de la educación en emprendimiento social, los estudiantes integran conocimientos sobre las distintas fases del emprendimiento, sobre los retos sociales existentes y sobre las oportunidades de crear valor (SOLOMON; ALABDULJADER; RAMANI, 2019).

Es necesario destacar también el buen ambiente de colaboración logrado entre las organizaciones y la universidad en este proyecto ApS. Ambas partes ven logrados sus objetivos a través de esta colaboración, ya que los estudiantes y tutores (internal stakeholders) se benefician de los conocimientos de los responsables de las organizaciones, observando de primera mano los principales problemas a los que se enfrentan y cómo los están abordando, y las organizaciones (external stakeholders) se benefician de las aportaciones de los estudiantes y tutores, que se ayudan de sus conocimientos sobre emprendimiento para aportar opciones viables que incrementen el valor que está aportando la organización, involucrándose en muchos casos en la puesta en marcha de soluciones a problemas concretos.

Futuras líneas de investigación podrían establecer una comparación de estos incipientes resultados en cuanto a fomento de la intención de emprender con otros proyectos ApS en el marco de la educación para el emprendimiento. De este modo, se podrían establecer este tipo de proyectos como una importante herramienta que las distintas instituciones de educación superior podrían utilizar para estimular las vocaciones emprendedoras de los estudiantes, impulsando la creación de negocios con el consecuente aumento del empleo y el crecimiento en la zona.

REFERENCIAS

MUELLER, S.; BRAHM, T.; NECK, H. Service learning in social entrepreneurship education: Why students want to become social entrepreneurs and how to address their motives. **Journal of Enterprising Culture**, v. 23, n. 3, p. 357-380, 2015. doi:10.1142/S0218495815500120.

NI, H.; TIAN, H. Sendra L.enos: Service-learning and social entrepreneurship in higher education. **Higher Education**, v. 75, n. 3, p. 561-563, 2018. doi:10.1007/s10734-017-0155-8.

SÁNCHEZ ESPADA, J.; MARTÍN LÓPEZ, S.; BEL DURÁN, P.; LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G. Educación y formación en emprendimiento social: Características y creación de valor social sostenible en proyectos de

emprendimiento social. **Revesco: Revista De Estudios Cooperativos**, v. 129, n. 16, 2018. doi:10.5209/REVE.62492.

SCHÖN, D. **The reflective practitioner: How professionals think in action**. New York: Basic Books, 1983.

SOLOMON, G. T.; ALABDULJADER, N.; RAMANI, R. S. Knowledge management and social entrepreneurship education: Lessons learned from an exploratory two-country study. **Journal of Knowledge Management**, v. 23, n. 10, p. 1984-2006, 2019.

CREATIVITY IN ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: LEARNING THROUGH PRACTICING CULTURAL ENTREPRENEURSHIP

Gracyanne Freire de Araujo, Universidade Federal de Sergipe, gracyanne@gmail.com
Eduardo Paes Barreto Davel, Universidade Federal da Bahia, davel.eduardo@gmail.com

INTRODUCTION

Research on entrepreneurship education (KAKOURIS, 2015) focuses on traditional teaching pedagogies based on lectures, case study techniques, the application of technological education tools and experiential learning by games and simulators. Such teaching pedagogies of entrepreneurship are oriented to the attributes and abilities of the students, to managerial tasks, to consultancy of small businesses and creation of ventures of risk (CHEN *et al.*, 2015). Current research has inspired discussions about new approaches to entrepreneurship education, as a method that requires practice, a breeding practice through an entrepreneurial experience (HJORTH, 2011; NECK, NECK; MURRAY, 2018). Precisely, scholars have pointed out to entrepreneurial creativity as the center of entrepreneurship and as a means of achieving autonomy and securing income (SVEJENOVA; SLAVICH; ABDELGAWAD, 2015). If there is no entrepreneurial activity without creativity, is it possible to teach and learn about entrepreneurship excluding the creativity from the process?

Creativity is paramount in the entrepreneurship education process, but it has been overlooked by research on this area. If research on entrepreneurship understands creativity as key in the recognition of business opportunities and the tendency to start businesses research on entrepreneurship education has disregarded it. Our study seeks to examine the value of creativity in entrepreneurship education. Theoretically, we focus on the understanding of creativity as process, experience and practice, integrating the literature on creativity in the fields of management and entrepreneurship. Empirically, we have conducted a longitudinal and experiential research within undergraduate courses on entrepreneurship.

We conceptualize creativity as a process within both entrepreneurship and entrepreneurship education. Creativity is a process of social construction affected by social and environmental factors (AMABILE *et al.*, 2005), in the articulation between the context of social relations and individual creativity (PERRY-SMITH; SHALLEY, 2003).

However, few studies on entrepreneurship education focus on entrepreneurship as practice and experience. We expand knowledge on the educational process as we propose to rethink creative process in entrepreneurship education from the perspective of experience, argued by Dewey as a meaningful experience (DEWEY, 1934).

METHODOLOGY

The empirical basis of our research is based on a qualitative methodology oriented by the reflexivity of educational practice. We have conducted an experiential study during four undergraduate courses about entrepreneurial skills. Each experiential course is about learning to be entrepreneurial in the context of managing projects in the cultural sector. Each course counts with 30 students and have a 4 hours weekly meeting during 4 months. In the course, students need to create, organize and manage a cultural festival (Entrepreneurial Arts Festival), which takes place at the end of the course and is open to the community. The festival is a learning space for cultural entrepreneurship; it promotes experiences in creativity, management and entrepreneurship, bounding theory to practice, constantly.

The students are organized into functional teams (financial resources, marketing, logistics, security, communication, food and transport) and each team performs activities for the organization of the cultural festival. In the classroom, each team has some minutes to present and discuss the progress of the activities for the organization of the project. They also have time to reflect about (a) the relationship between theory and practice, and (b) the experience of creativity as a cornerstone for entrepreneurship learning. All along the course, students experience the organization of the festival and are constantly provoked in relation to preparing the audience (local community) and doing the curatorship of artists for the festival.

The research is based on multiple data collection: direct observation, documents, videos and semi-structured interviews. Direct observation took place in the course during debates on (a) advances of organizational activities of the enterprise (festival) and (b) teamwork meetings. All situations and challenges reported by the students regarding creative experience were recorded and observed by the researchers. In terms of documents, students have produced several "reflection-based works", in which they describe their team experience concerning: (a) the entrepreneurial plan (initial responsibilities for organizing the festival, based on the theories) and (b) the report of activities (assessment of the actions proposed and practiced from the

entrepreneurial plan). Students also produced documents we call as “collaborative criticism work” (individually, each student reflects and elaborates constructive criticism to help the teams review their plans and improve their entrepreneurial practice) and “entrepreneurial logbook” (individual report of learning experience during the course). Another type of documents mobilized in our empirical research were videos. Each student has produced an audio-visual report presenting the best moments in which he/she has expressed their creativity during the festival entrepreneurship. Each video (approximately 5 minutes) stimulates reflexivity on creativity work as the student accounts how he/she learns to be an entrepreneur fostered by creative practice.

Semi-structured interviews, as another source of information, have been conducted with students as tools for reflection about the course, its pedagogy, and its learning effects. These group interviews have helped us reflect on creativity as a foundation for entrepreneurial learning. Empirical information has been analysed and interpreted from the perspective of narrative (CSARNIAWSKA, 2004; KIM, 2016; MAITLIS, 2012).

CONCLUSION

The experience of creating and organizing the festival allowed students to practice and reflect on the creative process intrinsic to the process of entrepreneurship. The creative process involved several activities: creating themes for the festivals; making decisions; communicating with the audience; producing graphic, artisanal and gastronomic ways of reducing costs; negotiating with artists and sponsors; improvising and solving unexpected problems, creating safe strategies for the fundraising; marketing of the festival, elaborating creative ways to mobilize the audience; searching for resources from entrepreneurs, and finding ways to convince them to sponsor the festival. The social context in which the students were inserted and the actions they had to perform influenced the creative activity, that is, the classes, the fieldwork, the social networks built in the process of organizing the festival itself were crucial for the students to play their creativity. The context in which they were embedded has influenced the way they experienced the creative process.

The results emerging from our research highlight the importance of creativity for entrepreneurship education, as creativity is understood as a process of social (AMABILE et al., 2005) and cultural construction. Social, because the social context in which students are embedded affect their creative experience. From the cultural point

of view, creativity has enhanced self-confidence and improved students' knowledge about the nuances of experiencing the act of entrepreneurship in the field of culture. Consequently, creative expression is also a form of cultural expression and, one of the most illustrative forms of cultural participation (GLAVEANU, 2014). We argue that creativity is paramount in entrepreneurship education. In effect, this paper discusses and invites entrepreneurship education scholars to consider creativity as a significant process and experience in entrepreneurship education. Creativity is not only a dimension of entrepreneurship practice, but a strategic element enriching the way we teach and learn how to be entrepreneurs.

REFERENCES

- AMABILE, T. M., BARSADÉ, S. G., MEULLER, J. S., STAW, B. M. Affect and creativity at work. **Administrative Science Quarterly**, v. 50, p. 367-403, 2005.
- CHEN, S.; HSIAO, H.; CHANG, J.; CHOU, C.; CHEN, C.; SHEN, C. Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students? **International Entrepreneurship Management Journal**, v. 11, p. 557-569, 2015.
- CZARNIAWSKA, B. **Narratives in social science research**. London: Sage Publications, 2004.
- DEWEY, J. **Art as experience**. New York: Perigee Books, 1934.
- GLAVEANU, V. P. **Thinking through creativity and culture: toward an integrated model**. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2014.
- HJORTH, D. On provocation, education and entrepreneurship. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n. 1-2, p. 49-63, 2011.
- KAKOURIS, A. Entrepreneurship pedagogies in lifelong learning: Emergence of criticality? **Learning, Culture and Social Interaction**, v. 6, p. 87-97, 2015.
- KIM, J.-H. **Understanding narrative inquiry**. Los Angeles: Sage Publications, 2016.
- MAITLIS, S. Narrative analysis. In G. Symon ; C. Cassell (Eds.), **Qualitative organizational research: core methods and current challenges**. Los Angeles: Sage Publications, 2012.
- MINNITI, M.; BYGRAVE, W. A dynamic model of entrepreneurial learning. **Entrepreneurship and Theory Practice**, 2001.
- NECK, H. M.; NECK, C. P.; MURRAY, E. L. **Entrepreneurship: The Practice and Mindset**. London: SAGE, 2018.

PERRY-SMITH, J. E. ; SHALLEY, C. E. The social side of creativity: a static and dynamic social network perspective. **Academy of Management Review**, v. 28, n. 1, 89-106, 2003.

SVEJENOVA, S.; SLAVIH, B.; ABDELGAWAD, S. G. Creativity entrepreneurs: the business models of haute cuisine chefs. *In*: JONES, C.; LORENZEN, M.; SAPSED, J. (ed.). **The Oxford Handbook of Creativity Industries**. Oxford University Press: United Kindgon, 2015.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE: PANORAMA, TENDÊNCIAS E PRÁTICAS

Iasmyn Neris Lima, Universidade Federal de Sergipe, iasmyneris@gmail.com

Gracyanne Freire de Araujo, Universidade Federal de Sergipe, gracyanne@gmail.com

INTRODUÇÃO

As pesquisas sobre educação empreendedora vêm se expandindo no campo de estudos do empreendedorismo (SCHAEFER; MINELLO, 2020; BERGLUND; VERDUIJN, 2018; FAYOLLE, 2018). As pedagogias utilizadas são diversas, o que gera uma reflexão se elas realmente oferecem uma contribuição para o ensino do empreendedorismo (ARAYA-PIZARRO; AVILÉS-PIZARRO, 2020; GUIMARÃES; SANTOS, 2020; SCHAEFER, MINELLO, 2020; FAYOLLE, 2018). Existem, na verdade, muitos estudos que seguem uma padronização de educação empreendedora com base no discurso do empreendedorismo norteado pela visão mecanicista do capital (ARAUJO, DAVEL; 2018) e motivado por questões econômicas de crescimento dos países.

As universidades possuem um papel importante no desenvolvimento da educação empreendedora ao promover ações e projetos de pesquisas criativos (SCHAEFER; MINELLO, 2020). A Universidade Federal de Sergipe (UFS), em especial, tem se destacado no ensino de empreendedorismo no país, ocupando a 46ª posição no ranking das universidades empreendedoras do Brasil (PROEX/UFS, 2021). Como a temática da educação empreendedora vem ganhando espaço no meio científico da UFS? É o que essa pesquisa se propõe.

Assim, este artigo tem como objetivo descrever, problematizar e discutir as práticas de educação empreendedora utilizadas pelos cursos de graduação presenciais da Universidade Federal de Sergipe. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva-interpretativa, baseada em documentos e em entrevistas semiestruturadas com professores dos cursos (16) que lecionam componentes curriculares com enfoque no empreendedorismo. A análise de narrativa do material empírico indica que a universidade apresenta significativos avanços na educação empreendedora, fortalecidos com a criação do Centro de

Empreendedorismo, Empresas Juniores e o desenvolvimento de projetos que mobilizam a cultura do empreendedorismo na instituição, porém, nem todas as ações estão tão presentes em todos os campi. Como contribuição, o trabalho apresenta um cenário da educação empreendedora na UFS e aponta caminhos a fim de avançar no processo de ensino-aprendizagem do empreendedorismo, pensando em uma educação inovadora. Para as instituições de ensino superior, esta pesquisa oferece um repensar nas pedagogias de ensino, nos currículos e projetos para uma transformação mais efetiva da educação empreendedora.

A UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE E A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A Universidade Federal de Sergipe tem a missão de “contribuir para o progresso da sociedade por meio da geração de conhecimento e da formação de cidadãos críticos, éticos e comprometidos com o desenvolvimento sustentável” (PROEX/UFS, 2021). Com 53 anos de existência, a UFS está presente em seis campi de ensino presencial e apresenta uma gama de estratégias de incentivo ao empreendedorismo, dentre elas a oferta de componentes curriculares por meio dos seus cursos, eventos de extensão e pesquisas (PROEX/UFS, 2021).

A diversidade nas pedagogias de ensino é muito presente na universidade que trabalha tanto com pedagogias tradicionais como também com pedagogias ativas, que estão cada vez mais presentes na instituição. Essa diversidade também se estende para as abordagens empreendedoras que são trabalhadas na UFS, que além da consolidada abordagem econômica, também trabalha com a abordagem social.

OS PROFESSORES E A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Durante as entrevistas com os professores foram abordadas categorias analíticas sobre motivação ao lecionar o tema, metodologias de ensino, interesse dos estudantes e o papel da instituição. Os professores revelaram que se sentem motivados a ensinarem empreendedorismo por serem entusiastas do tema, pois estudam e pesquisam a um bom tempo, foram aprovados em concursos para lecionar em áreas que dialogam com o empreendedorismo e também por necessidade do departamento do curso que, na maioria das vezes, precisava alocar professores para ministrarem os componentes curriculares sobre empreendedorismo. Além dessas razões apresentadas, mais da metade dos professores afirmaram que a UFS ofereceu, em parceria com o SEBRAE, um curso sobre educação empreendedora,

como forma de incentivar e capacitar os docentes quanto ao ensino do empreendedorismo.

No geral, os professores utilizam pedagogia tradicional de ensino com abordagens teóricas, aulas expositivas e dialogadas, desenvolvimento de plano de negócio e de estudo de caso. Segundo os professores, o uso das metodologias ativas no processo de ensino-aprendizagem também tem forte presença nos componentes curriculares de empreendedorismo e são incentivadas pelo Centro de Empreendedorismo. As metodologias ativas estão associadas, principalmente, ao conhecimento empírico e a inserção da realidade (LIMA; CUNHA; NASSIF; 2020). Nela o professor é considerado um “mentor” que estimula a ação, reflexão, autoconhecimento e autonomia dos estudantes (GUIMARÃES; SANTOS, 2020; ARAUJO; DAVEL, 2018; MICHELS *et al.*, 2018).

Os professores estimulam os estudantes com estratégias de ensino que foquem na criação de empresas, produtos, protótipos, startups e eventos, além de discutirem sobre novas abordagens e/ou temáticas do empreendedorismo, como a social, que atualmente vem crescendo na universidade.

Para os entrevistados é preciso apresentar aos estudantes novos caminhos e possibilidades de ingressarem no mercado de trabalho empreendendo “dentro da sua profissão”, “em sua vida”, por meio da criação de novos negócios. Já as metodologias de ensino com foco na experiência foram as mais abordadas pelos entrevistados e estão sendo utilizadas mesmo durante o ensino remoto. Experiência como pesquisa-ação, seminários, palestras, atividades teórico-práticas, com o método CANVAS, criação de produtos, competição de modelos de negócios com PITCH, *desing thinking* e *hackathons*.

Os professores também apontaram alguns desafios para a educação empreendedora, como melhorar a estrutura física da universidade, no que tange ao ensino, a fim de ampliar novos espaços que sejam dinâmicos para a aprendizagem e criar novas possibilidades de interlocução com a sociedade. Durante as entrevistas, os professores demonstraram uma perspectiva evolutiva da educação empreendedora na UFS, pensando em uma estratégia de ensino que está sempre ampliando o conhecimento, por ser interdisciplinar e ter o apoio da instituição para o incentivo e criação de negócios inovadores, criativos e duradouros.

CONCLUSÕES

A educação empreendedora na UFS apresenta significativos avanços, porém eles ainda são tímidos e não estão presentes em todos os campi da instituição. A educação empreendedora na instituição tem evoluído nas abordagens que englobaram os conceitos sociais em alguns componentes curriculares e projetos de extensão, porém isso não diminui a força que a abordagem econômica ainda tem na EE.

Por razões da pandemia causada pelo COVID-19, a pesquisa com os estudantes foi prejudicada, o que não pôde ser realizada para este estudo. Assim, os resultados da pesquisa servem como base para a realização de pesquisas futuras sobre a educação empreendedora junto aos estudantes, os protagonistas no processo de ensino-aprendizagem.

O conhecimento gerado desta pesquisa pode contribuir para abrir novos caminhos pedagógicos, curriculares, e de estrutura/espço para uma transformação mais efetiva da educação empreendedora na UFS. Para as universidades, esta pesquisa oferece um repensar no ensino para uma transformação mais efetiva da educação empreendedora.

REFERÊNCIAS

- ARAUJO, G. F.; DAVEL, E. P. B. Educação empreendedora: avanços e desafios. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 47-68, 2018.
- ARAYA-PIZARRO, S. C., AVILÉS-PIZARRO, N. B., 2020. Enseñar a emprender en universidades de la Región de Coquimbo, Chile: Perfil docente y prácticas de enseñanza. **Revista Actualidades Investigativas en Educación**, v. 20, n. 1, p. 24-52, 2020.
- BERGLUND, K., VERDUYN, K. **Revitalizing Entrepreneurship Education**. London: Routledge, 2018.
- FAYOLLE, A. **A research agenda for entrepreneurship education**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2018.
- GUIMARÃES, J. C.; SANTOS, I. F. Educação empreendedora: a prática docente estimulando a mente do estudante. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 14, n. 2, p. 130-151, 2020.

LIMA, E.; CUNHA, J. A. C.; NASSIF, V. M. J. Contribuições de múltiplas nacionalidades em prol da educação em empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 1, p. 1-15, 2020.

MICHELS, E.; PASSONI, D.; MOREIRA, F. K.; FERREIRA, E. D.; TEIXEIRA, T. F. Educação empreendedora e o papel do professor. *In*: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA., 18, 2018, Equador. **Anais [...]**. Equador, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/190489>. Acesso em: janeiro, 2021.

PROEXT/UFS. **Pró-Reitoria de Extensão e Universidade Federal de Sergipe**. Disponível em: <https://www.ufs.br/search?q=proext>. Acesso em: jan 2021.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Empreender como uma forma de ser, saber e fazer. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 14, n. 1, p. 160-193, 2020.

NEGÓCIO DE GESTÃO DE OFERTA E PROCURA DE EMPREGO NA ÁREA DO DESPORTO

Jorge Barbosa, CIFI2D, FADEUP, Universidade do Porto, jorge_babosa_86@hotmail.com
 Joana Severino, CIFI2D, FADEUP, Universidade do Porto, joanaseverino.js@gmail.com
 Diana Amorim, CIFI2D, FADEUP, Universidade do Porto, dianafrancoamorim@gmail.com
 Sara Mendes, CIFI2D, FADEUP, Universidade do Porto, m07sara@gmail.com
 Pedro Sarmento, CIFI2D, FADEUP, Universidade do Porto, psarmento@fade.up.pt
 Maria José Carvalho, CIFI2D, FADEUP, Universidade do Porto, mjc@fade.up.pt
 Susana Soares, CIFI2D, FADEUP, Labiomep, University of Porto, susana@fade.up.pt

INTRODUÇÃO

A criação e o desenvolvimento de várias Instituições públicas e privadas de formação superior em desporto saturou o mercado, quer nacional, quer internacional, com licenciados que procuram emprego nas mais diversas áreas (PEREZ; CARAL, 2012), sendo duas das mais expressivas a do treino e a do fitness. Sabendo-se que em 2019 existiam cerca de 2.072 novos licenciados e 9.800 alunos inscritos no ensino superior, em 2020, o emprego desportivo em Portugal foi estimado em 38,5 mil pessoas (INE, 2021). Ainda segundo o INE (2021), existem 13. 634 empresas da área do desporto responsáveis por um volume de negócio no valor de 2,1 mil milhões de euros.

Apesar da lei da oferta e da procura favorecer o empregador, parece existir uma dificuldade grande de captação e fixação de profissionais do desporto por instituições desportivas e não desportivas e empresas do setor do fitness (REIS, 2007), o que espoleta a necessidade de conceber e desenvolver estratégias de intermediação que aproximem empregador e potencial empregado. Se, por um lado, as instituições de ensino superior ainda têm um vasto caminho a percorrer no que toca à empregabilidade e sua monitorização (CARDOSO *et al.*, 2012), mostrando pouca capacidade de intermediação, por outro, o mercado está também saturado de profissionais de desporto que vivem de trabalho instável (HALL; COWAN; VICKERY, 2019).

Do nosso conhecimento, apenas algumas empresas de intermediação estão a lidar com o problema (p.e. *icoach fitness solutions*) e nenhuma especificamente centrada nos profissionais licenciados em desporto em geral, quer (e principalmente) em busca do primeiro emprego, quer de oportunidade profissional ou estabilidade. Com vista a solucionar esta necessidade de mercado, apresenta-se a conceção e desenvolvimento de um negócio de intermediação seguindo os pressupostos de criação de uma start-up e baseado fundamentalmente no modelo CANVAS.

SPORT WITH A JOB

A Sport With a Job (SWJ) é uma empresa de empregabilidade em desporto gerada a partir do reconhecimento, obtido por consulta do mercado, de que há falta de informação especializada sobre oportunidades de emprego para profissionais do desporto, dificuldade em encontrar propostas adequadas ao seu perfil e falta de orientação em candidaturas, integração e manutenção dos postos de trabalho.

Um inquérito prévio ao desenvolvimento da empresa, realizado a 189 potenciais clientes, revelou que 69% reconhece dificuldade em encontrar oportunidades de emprego e, destes, 96% adeririam a uma plataforma de intermediação mediante um pagamento variável entre os 10 (67%) ou 20 euros (31%). Através da análise do mercado, a SWJ reconheceu ainda que as empresas têm dificuldade de captação e fixação de funcionários com o perfil desejado para a vaga à disposição.

Criada para assegurar a intermediação, a SWJ tem assim a missão ajudar os profissionais de desporto a encontrar oportunidades de emprego e a permanecer no mercado de trabalho. Em prazo curto pode contribuir para a diminuição da taxa de desemprego e para a fixação dos licenciados na área do desporto. A SWJ contribui, assim, para a consecução do objetivo de desenvolvimento sustentável 8, centrado na criação de trabalho digno e no crescimento económico.

Os concorrentes diretos da SWJ divulgam oferta inespecífica de emprego, dado publicitarem vagas de áreas tão diversas como o desporto e a engenharia, por exemplo, e os que estão centrados no desporto focam-se apenas num ramo de trabalho, como as empresas de gestão de ofertas na área do *fitness*. Reconhecem-se como parceiros interessados na SWJ entidades públicas e privadas relacionadas com o Desporto, como o Instituto Português do Desporto e da Juventude e a Associação Portuguesa de Gestão do Desporto.

FUNCIONAMENTO

A SWJ funciona através de uma plataforma digital com base em tecnologia portuguesa (software *OutSystems*), disponível em dispositivos móveis (acesso facilitado), na qual o candidato submete seu o curriculum, sendo depois filtrada a oferta e a procura por áreas de especialização, zona do país e tipo de contrato pretendido. Orienta, assim, os clientes para as ofertas de emprego que se enquadram efetivamente nos seus objetivos, interesses e áreas de especialização e,

paralelamente, proporciona às empresas a contratação de profissionais com o perfil desejado. As empresas, além da publicitação de vagas, podem usar a plataforma da SWJ também para ações de publicidade.

Encontrada, pelo candidato, a oportunidade adequada, é a própria SWJ que desencadeia o agendamento da entrevista, bem como a preparação do candidato para a mesma, promovendo as ações de formação que lhe forem necessárias. Uma vez conseguido o emprego, a Sport With a Job realiza o acompanhamento do primeiro ano de trabalho, oferecendo formação contínua, informação permanente através de fóruns específicos e apoio jurídico.

CRIAÇÃO DE VALOR

A SWJ está preparada para oferecer três pacotes de serviços aos candidatos a vagas de emprego, com o valor anual crescente de € 60 (Basic), € 120 (Pro) e € 180 (Premium). Os serviços Basic consistem na análise e melhoria do curriculum do candidato, alerta de vagas, agendamento de entrevista e acompanhamento do primeiro ano de trabalho. O pacote Pro permite a filtragem de vagas por zona geográfica e acresce à oferta básica a preparação para a entrevista, formação e acesso a fóruns. O pacote Premium permite a filtragem por tipo de contrato e acresce aos pacotes anteriores o acesso a acompanhamento jurídico.

Às empresas, a SWJ disponibiliza também três pacotes para divulgação de uma (€ 5), cinco (€ 20) ou 10 (€ 30) vagas de emprego e três pacotes publicitários anuais, o Basic, que permite a colocação do logotipo e de publicidade da empresa no site que acolhe a plataforma da SWJ (€ 300), o Pro, que acresce a ligação ao site da empresa (€ 600) e o Premium, que agrega a possibilidade de colocação de *banners* em eventos formativos.

ANÁLISE FINANCEIRA

Para criar a SWJ é necessário um investimento inicial de € 76 000, destinados a criação de fundo de maneo e à aquisição da plataforma *OutSystems*. A análise financeira do projeto a 6 anos, considerando custos e receitas, conduz a resultados promissores. Sendo o VAL € 97 392 e a TIR 38%, verificam-se os indicadores necessários para validar a implementação do projeto.

No ano um, a empresa obtém um cash flow de € 24 840, atingindo o *Break Even* no ano três com um valor de € 35 928, sendo alcançado no ano seis o valor de € 54

365. Estes valores são baseados num crescimento de 10% ao ano. Estimam-se, para o primeiro ano, proveitos operacionais estimados de € 60 070, atingindo no sexto ano os € 96 744 (crescimento de clientes estimado em 10% ao ano). O total dos custos operacionais é de € 183 932. Os proveitos operacionais têm o valor de € 463 479.

CONCLUSÃO

Demonstra-se que a SWJ tem potencial para contribuir para a resolução de um problema social, tem clientes e gera valor, conseguindo manter-se atual e acompanhar as necessidades e as flutuações do mercado.

REFERÊNCIAS

PEREZ, C. A.; CARRAL, J. M. C. The students of physical activity and sport sciences: vocation or advantageousness. *In*: CHOVA, L. G.; TORRES, I. C.; MARTINEZ, A. L. (ed.). **Edulearn12**: 4th International Conference on Education and New Learning Technologies, 4., 2012, p.2082-2084, 2012.

INE. Desporto em Números: 2020. Lisboa: INE, 2021. Disponível em: [url:https://www.ine.pt/xurl/pub/6358545](https://www.ine.pt/xurl/pub/6358545).

REIS, V. M. Empregabilidade de licenciados em desporto nos ginásios e academias. **Motricidade**, v.3, n. 2, 2007.

CARDOSO, J. L.; ESCÁRIA, V.; FERREIRA, V. S.; MADRUGA P.; RAIMUNDO, A.; VARANDA, M. **Empregabilidade e ensino superior em Portugal**. Lisboa: Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior, 2012. (A3ES READINGS Nº 3).

HALL, E. T.; COWAN, D. T.; VICKERY, W. You don't need a degree to get a coaching job: investigating the employability of sports coaching degree students, **Sport Education and Society**, v. 24, n. 8, p.883-903, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13573322.2018.1482265>

EXPERIENCIA INTERNACIONAL DE ENSEÑANZA EN EMPREENDEDORISMO: EL CASO UNL

Luciana Tottereau Diaz, Universidad Nacional del Litoral, ltottereau@fce.unl.edu.ar

Leticia Arcusin, Universidad Nacional del Litoral, larcusin@fiq.unl.edu.ar

Melisa De Greef, Universidad Nacional del Litoral, mdegreef@fiq.unl.edu.ar

Germán Rossetti, Universidad Nacional del Litoral, grsoeti@fiq.unl.edu.ar

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en la participación de la Universidad Nacional del Litoral (UNL), a través de la Facultad de Ingeniería Química (FIQ) y de la Secretaría de Vinculación y Transferencia Tecnológica (SVyTT), en un proyecto internacional de cooperación Latinoamericana y Europea en Innovación y Emprendedorismo, que busca el desarrollo de capacidades en los socios participantes en tres ejes de trabajo principales: las relaciones universidad-industria, las habilidades emprendedoras en educación y las estrategias universitarias para la innovación. A lo largo de 3 años (2017-2020), el proyecto reunió a 3 universidades de Europa y 7 de América Latina para facilitar un intercambio de conocimientos y buenas prácticas para profesores, autoridades y personal de oficinas de innovación. En el marco del segundo eje de trabajo, el objetivo planteado en la presentación del proyecto fue el de diseñar y dictar un curso en inglés, virtual, internacional, intercultural e interdisciplinario, en la temática de emprendedorismo e innovación, entre las universidades participantes, dirigido a estudiantes de grado y posgrado de dichas instituciones.

Estos proyectos son de especial interés para continuar profundizando la extensa trayectoria de UNL en la enseñanza de habilidades emprendedoras y en el apoyo y fomento a la creación de nuevas empresas innovadoras. En este marco, el Programa Emprendedores, creado en el año 2001 y gestionado por la SVyTT, lleva adelante propuestas de capacitación y asistencia que involucran Asignaturas Electivas/Optativas, Cursos de Verano, Cursos de Posgrado para Formadores y Charlas de Sensibilización en la región, abordando la formación emprendedora de forma integral e interdisciplinaria. Particularmente, en 2005 se crea la Cátedra “Formación de Emprendedores”, asignatura electiva a la oferta de todas las Unidades Académicas, con el objetivo de brindar a los estudiantes herramientas motivacionales, actitudinales y aptitudinales que les permitan mejorar su formación e inserción en el

medio socio-productivo. Luego de 14 ediciones, la cátedra se desdobló en dos espacios con objetivos diferenciados: el “Taller de Competencias Emprendedoras”, para desarrollar capacidades que facilitan la puesta en marcha de nuevos proyectos, y el “Seminario Laboratorio de emprendedores”, para quienes tienen una idea de negocio y quieren hacerla crecer.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

A través del dictado del curso diseñado en el marco del Proyecto Internacional, se buscó desarrollar habilidades emprendedoras en estudiantes, profesores y gestores. Para ello, se fomentó el intercambio intercultural y de vanguardia de ideas y métodos para la enseñanza de emprendedorismo e innovación, con especial énfasis en las experiencias y soluciones innovadoras para Aulas Virtuales Internacionales (IVC), entendidas desde un enfoque basado en experiencia de grupos de trabajo globales y virtuales (ZWERG-VILLEGAS; MARTÍNEZ-DÍAZ, 2016) y en gestión de la educación compartida internacionalmente (TARAS *et al.*, 2013). En la Figura 1 se muestra una síntesis del recorrido efectuado por el equipo de trabajo.

En base al mapeo de las buenas prácticas de enseñanza de emprendedorismo aplicadas hasta ese momento por las universidades y a cómo quisieran las mismas innovar en los procesos de enseñanza-aprendizaje, el equipo de trabajo identificó tres áreas de interés para el desarrollo de cursos virtuales en modalidad piloto, que se dictaron entre marzo y abril de 2019: **Curso piloto N° 1 - Design Thinking** (FRIAS, 2019): orientado al diseño de productos, servicios o experiencias innovadoras; **Curso piloto N° 2 - Oportunidades Globales** (OSTERWALDER & PIGNEUR, 2011): orientado a la identificación de oportunidades tecnológicas de negocios globales y a la utilización de pronósticos de tendencias de mercado y tecnología y **Curso piloto N° 3 - Redes y Ecosistemas Internacionales** (PHILLIPS; PARK; LEE, 2016), orientado al análisis y mapeo de ecosistemas y redes internacionales de emprendedores.

Figura 1 - Roadmap de la experiencia



Fonte: dos autores

La metodología del dictado de los cursos incorporó innovaciones en diferentes aspectos. Las clases tuvieron el formato de aula internacional, de un encuentro semanal, impartidas por docentes de las diferentes universidades participantes. Los estudiantes, además, conformaron equipos de trabajos multiculturales e interdisciplinarios para resolver desafíos particulares en el marco de cada curso, como salud, movilidad urbana, ciudades inteligentes, agricultura, entre otros. En cada universidad hubo encuentros semanales para tomar las clases virtuales conjuntamente con los participantes de las otras universidades. También en estos encuentros se realizaron, según la temática de la clase, actividades de manera presencial (brainstorming, role play, metodologías ágiles de trabajo, entre otras). Para los entregables de cada curso se utilizó Moodle como plataforma de trabajo, y para el dictado de las clases sincrónicas, dos cursos utilizaron Zoom y otro, Bluejeans.

Finalizada la fase piloto se procedió a la evaluación de la experiencia, y en base a las lecciones aprendidas se diseñó un único curso (International Virtual Classroom - IVC 2020), integrando las temáticas abordadas por los cursos piloto. Su objetivo fue desarrollar y fortalecer la innovación y las habilidades emprendedoras de los estudiantes en el marco de un entorno de enseñanza y aprendizaje internacional, virtual, multicultural y multidisciplinar, con un enfoque en emprendimientos globales y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

La primera edición del IVC tuvo lugar entre marzo y mayo de 2020, en la que participaron estudiantes de las 10 universidades. La metodología de dictado tomó como referencia las experiencias de los tres cursos dictados en la instancia piloto, incorporando ciertas mejoras. El curso contó con 8 clases dictadas por profesores de las diferentes universidades, buscando la interdisciplinariedad en el plantel docente. Se conformaron 15 grupos internacionales, integrados por estudiantes de las distintas universidades y de diferentes disciplinas. Durante las clases, se combinaron dinámicas internacionales (mediante la virtualidad) con locales (presenciales). Cada grupo contó con el acompañamiento de un mentor en el desarrollo de un proyecto innovador tendiente a la solución de una problemática particular vinculada a un ODS. Al finalizar el curso, cada equipo debió presentar su proyecto a través de un pitch de 10 minutos frente a los demás estudiantes, profesores y otros invitados expertos de las universidades del consorcio. Luego de esta instancia, a partir de la votación de la audiencia, a través de la aplicación Mentimeter, se seleccionaron los tres mejores pitch y los tres mejores proyectos. En relación a la presencialidad, cabe destacar que la misma se vio afectada por la pandemia del COVID-19, lo que planteó como un nuevo desafío el de transformar el curso en 100% virtual. Las características del curso y la experiencia adquirida en los cursos piloto permitieron superar esta situación sin mayores inconvenientes.

CONCLUSIONES

La experiencia de trabajo mancomunado con universidades diversas de distintas regiones para el desarrollo de cursos piloto en emprendedorismo e innovación fue muy enriquecedora, dado que permitió diagnosticar la realidad de cada institución y de los docentes involucrados en las temáticas, posibilitando la comparación de abordajes realizados, bibliografías utilizadas, metodologías empleadas y buenas prácticas.

Dentro de los desafíos y perspectivas planteados por esta experiencia se encuentra el de institucionalizar el emprendedor-innovador en el ámbito de cada universidad, apoyando y promoviendo el espíritu de la cultura emprendedora a través de la incorporación curricular del IVC en la oferta académica. Específicamente en el caso de UNL, este curso contribuiría al fortalecimiento del ecosistema emprendedor como actividad sustantiva de la institución, consolidando una masa crítica de integrantes de la comunidad universitaria formados como gestores y actores activos del mencionado ecosistema.

REFERENCIAS

FRIAS, M. **Design Thinking**. ¿Pueden las empresas aprender del diseño? Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones UADE - Universidad Argentina de la Empresa, 2019. Libro digital.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Canvas. **Grupo Planeta**, Deusto. 2011.

PHILLIPS, F.; PARK, S.; LEE, E. Innovation ecosystems: A critical examination. **Technovation**. v. 54, p.1-6, 2016.

TARAS, V.; CAPRAR, D. V. *et al.* A global classroom? Evaluating the effectiveness of global virtual collaboration as a teaching tool in management education. **Academy of Management Learning & Education**, v. 12, p. 414-435, 2013.

ZWERG-VILLEGAS, A. M.; MARTÍNEZ-DÍAZ, J. H. Experiential learning with global virtual teams: Developing intercultural and virtual competencies. **Revista Internacional de Investigación en Educación**, v. 9, p. 129-146, 2016.

ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP BEHAVIOR OF UNIVERSITY STUDENTS

Luciano Vignochi, Universidade Federal de Santa Catarina, lvignochi1@gmail.com
Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Universidade Federal de Santa Catarina, alvaro.lezana@ufsc.br

Patrícia de Andrade Paines, Universidade Federal de Santa Catarina, paines_sm@hotmail.com

Dante Luiz Juliatto Universidade Federal de Santa Catarina, dante.juliatto@ufsc.br

Matheus Humberto Caballos, Universidade Federal de Santa Catarina, matheusceballos@outlook.com

INTRODUCTION

The interest of university students in entrepreneurship as a career alternative is growing. Universities have been called upon to prepare professionals to be entrepreneurial leaders. The social cognitive perspective may allow for a more detailed estimate of entrepreneurial leadership behavior. In the present study, it is assumed that the entrepreneurial leadership profile is determined by cognitive styles and flexibility. The main objective is to identify the influence of a classroom exercise named “The Marshmallow Challenge” on the entrepreneurial leadership behavior of university students. We sought to understand the perception of students about its cognitive style, flexibility, entrepreneurial leadership profile, and estimate their entrepreneurial leadership behavior after a classroom exercise. We conclude that the Marshmallow Challenge improves entrepreneurial leadership behavior of the university students in relation to their previous perception.

KEY CONCEPTS

We selected the key concepts underlying this research according to the screening criteria for cognitive mechanisms applicable to addressing the uncertainties typical of the entrepreneurial process.

Cognitive Styles

Cognitive stiles are normative principles that indicate different individual ways of organizing and processing information and experiences (ALLINSON; HAYES, 1996).

There are five types of cognitive styles (ALLINSON; HAYES, 1996):

1. Intuitive
2. Almost intuitive
3. Adapter
4. Almost analytic
5. Analytical

There are four dimensions of Cognitive styles related to entrepreneurial profile. We highlight four dimensions (ALLINSON; HAYES, 1996):

1. Strategic Posture
2. Propensity to Innovation
3. Personality traits
4. Risk Propensity

Cognitive Flexibility

Cognitive flexibility consists on the human capacity to discern adaptive representations and behaviors to face new and unexpected situations (GUERRA, 2012). We highlight three dimensions (MARTIN; RUBIN 1995):

1. Attention Flexibility
2. Representation Flexibility
3. Response Flexibility

Entrepreneurial Leadership

Entrepreneurial leadership consists of a leadership style in which the leader acts, directs and influences employees to recognize and explore business opportunities in uncertain environments (DI FABIO *et al.* 2016). We highlight three dimensions (DI FABIO *et al.* 2016):

1. Entrepreneurship
2. Leadership
3. Professionalism

We found few studies that test associations between the three concepts (VIGNOCHI *et al.* 2020). Little attention is paid to the role of flexibility in entrepreneurial behavior, although it is essential to face the uncertainty (VIGNOCHI *et al.* 2020). There is a lack of quantitative studies that estimate the effects of classroom exercises on the entrepreneurial leadership behavior of university students (VIGNOCHI *et al.* 2020).

METHODOLOGICAL PROCEDURES

The study comprises a sample of 170 undergraduate students at the Federal University of Santa Catarina, in southern Brazil. The experimental group attends six undergraduate courses (Engineering - Civil, Electrical, Mechanical and Production = 47.1%; International Relations = 19.4%; Information Systems = 27.6%; Others = 5.9%). The field research consisted of the following steps.

1. Application of the Cognitive Style Index (ALLINSON; HAYES, 1996), Cognitive Flexibility Scale (MARTIN; RUBIN, 1995), and the High Entrepreneurship, Leadership and Professionalism Questionnaire (HELP- Q) (DI FABIO *et al.* 2016);
2. Application of the Marshmallow Challenge DESIMONE (2016) classroom exercise.

We conducted the data analysis according to the following steps:

1. Structural Equation Modeling to estimate the relationships between cognitive styles, flexibility, and entrepreneurial leadership, according to the results of the questionnaires responses.
2. Performance evaluation of the students in the classroom exercise (Marshmallow Challenge) according to the following parameters.
 - a. Failed to complete the exercise.
 - b. Performed the exercise, but did not achieve the best result; and
 - c. Performed the exercise and achieved the best result.
3. Logistic regression to compare the perception of students with the results obtained by them in the Marshmallow Challenge.
4. Sensitivity analysis through the application of the ROC curve.

RESULTS

The main results to highlight are:

- (1) Cognitive styles show a negative association with the cognitive flexibility (-0.70);
- (2) Cognitive styles determine the entrepreneurial leadership profile (0.17);
- (3) Cognitive flexibility determines the entrepreneurial leadership profile (0.79);
- (4) The classroom exercise (Marshmallow Challenge) increases (9.22 times) the entrepreneurial leadership behavior in relation to the previous perception.
- (5) We emphasize that leadership behaviour tends to be 7.83 times greater than the students' perception of their profile.

CONCLUSIONS

We conclude that:

- (1) The most flexible students tend to be intuitive;
- (2) Cognitive flexibility predominates in determining the entrepreneurial leadership profile of students, and
- (3) The Marshmallow Challenge improves the estimated entrepreneurial leadership behavior of the university students in relation to their profile, especially the leadership behaviour.

REFERENCES

ALLINSON, C. W.; HAYES, J. The cognitive style index: A measure of intuition-analysis for organizational research. **Journal of Management Studies**, v. 33, n. 1, 119-135, 1996. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1996.tb00801.x>.

GUERRA, C. G. Flexibilidade cognitiva e rendimento escolar: estudo com os alunos do Instituto Politécnico de Portalegre. In: SEMINÁRIO DE I&DT., 3, 2012 Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: C3i - Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação do Instituto Politécnico, 2012.
<https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/4154>.

MARTIN, M. M.; RUBIN, R. B. A new measure of cognitive flexibility. **Psychological Reports**, v. 76, n. 2, p. 623-626, 1995. <https://doi.org/10.2466/pr0.1995.76.2.623>

DI FABIO, A. *et al.* High Entrepreneurship, Leadership, and Professionalism (HELP): toward an integrated, empirically based perspective. **Frontiers in Psychology**, v. 7, n. 1842, 2016. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01842>.

VIGNOCHI, L. *et al.* Associações entre estilos cognitivos, flexibilidade e perfil de liderança empreendedora de universitários. **Revista Alcance**, v. 27, n. 3, p. 276-292, 2020. [https://doi.org/10.14210/alcance.v27n3\(Set/Dez\)](https://doi.org/10.14210/alcance.v27n3(Set/Dez)).

DESIMONE, J. A. Exemplary Exercises for entrepreneurship education. **Management Teaching Review**, v. 1, n. 3, p. 170-175, 2016.
<https://doi.org/10.1177/2379298116637194>.

PROGRAMA UNLBIO: ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE BIOPROYECTOS

Javier Lottersberger, Universidad Nacional del Litoral, javierl@unl.edu.ar
Romina Andrea Joris, Universidad Nacional del Litoral, rjoris@unl.edu.ar
María Victoria Peretti Canale, Universidad Nacional del Litoral, mvperetti@unl.edu.ar

INTRODUCCIÓN

El Programa UNLBio tiene como uno de sus ejes principales de trabajo fomentar emprendimientos de base científica en bio relacionados con la bioeconomía y la economía circular dentro del ámbito académico.

Para ello, se delinearon dos herramientas claves para potenciar el espíritu emprendedor: “IDEA-L TEAM” es una instancia para encontrar partners que complementen el equipo de trabajo y “ProyectáBIO” es una convocatoria para que los equipos presenten sus ideas proyectos incipientes y apliquen a un primer financiamiento.

Desde el 2019 hasta la actualidad, 115 ideas proyectos han sido participes en las ediciones de IDEA-L TEAM y ProyectáBIO.

El Programa propone una dinámica de trabajo personalizada con los emprendedores, acompañándolos desde la conformación del equipo hasta el despegue de las ideas proyectos. Las capacidades humanas y científico-tecnológicas de la Universidad conforman un semillero de ideas con potencial de transformarse en emprendimiento exitosos.

IDEA-L TEAM: “MI PRIMERA START UP”

El objetivo es generar un espacio donde se puedan armar y/o consolidar equipos de trabajo multidisciplinarios, que quieran llevar adelante un emprendimiento o una idea proyecto bio y convertirla en una startup. Está destinado para qué estudiantes de grado, estudiantes de posgrado, graduados, docentes, investigadores y emprendedores de diferentes disciplinas conformen dichos equipos y se puedan vincular con empresarios para el trabajo de las ideas proyectos científicos y/o tecnológicos.

Contempla dos categorías: (1) Tengo una idea y busco perfil/es determinados o (2) No tengo una idea y quiero integrar un equipo emprendedor. Posteriormente se realiza un match entre las ideas presentadas y los perfiles participantes.

Los equipos emprendedores trabajan durante 4 días en el fortalecimiento y consolidación del equipo. Es un proceso formativo que cuenta con asesoramiento de

mentores y tres capacitaciones en formato taller: “Productividad en equipos de trabajo”, “EUREKA.Hay equipo! Equipo de Trabajo. Trabajo en Equipo.” y “Comunicación efectiva y cómo presentar su proyecto”.

PROYECTABIO

La convocatoria de ideas proyectos tiene por objetivo fomentar el intercambio de conocimiento a través de equipos multidisciplinarios que potencien el trabajo colaborativo y el espíritu emprendedor para el desarrollo de ideas proyectos de impacto productivo y que, al mismo tiempo, promuevan el desarrollo de la economía circular, el agregado de valor para la bioeconomía, la sostenibilidad y sustentabilidad. Está destinado a estudiantes emprendedores de secundaria, grado y posgrado y graduados recientes.

Contempla una instancia de capacitación. Los equipos finalistas participan del taller “¿Cómo comunicar tu emprendimiento?” donde se les brindan herramientas para la presentación oral de sus ideas proyectos en el Pitch Day.

El incentivo económico fue destinado al desarrollo de prototipos, cursos en temáticas específicas, compra de equipamiento para realizar pruebas de concepto, asesorías de marketing y diseño para sus productos, entre otras. De las 25 ideas proyectos financiadas¹ hay 9 que se encuentran en el mercado, a la fecha.

RED DE BIOMENTORES

El objetivo principal de esta iniciativa es acompañar el crecimiento de emprendedores en la conformación de nuevas empresas. La Red de Biomentores brinda la oportunidad a cada equipo emprendedor de recibir la mentoría que más se ajuste a su necesidad. Actualmente conformada por empresas y emprendimientos de la Provincia de Santa Fe y sus alrededores: Lipomize SRL, Clorar Ingeniería SA., Alytix, Acronex, Proyectar Innova, Banco Credicoop Ltda, Ombú y Red Surcos.

Se trabaja con emprendimientos en etapa de desarrollo temprano que presenten una factibilidad técnica y económica con el objetivo de: (1) Construir una relación entre el mentor y el emprendedor, (2) Intercambiar información y proyectar metas, (3) Definir trabajos y acciones para lograr las metas fijadas, (4) Desarrollar y consolidar el modelo de negocios y (5) Seleccionar actores externos (socios, canales de venta, proveedores, etc.).

¹ AUTORÍA PROPIA. Available at : <https://www.unl.edu.ar/vinculacion/5218-2/>. Access at: 05 de Julio, 2021

RESULTADOS

Las dos ediciones de IDEA-L TEAM (2020 y 2021) y las tres ediciones de ProyectáBIO (2019,2020 y 2021) involucraron la participación de alrededor de 140 personas entre estudiantes de grado y posgrado, graduados recientes e investigadores con 50 ideas emprendedoras; y alrededor de 290 personas entre estudiantes de secundaria y grado, graduados recientes y estudiantes de posgrado con 65 ideas proyectos, respectivamente.

La importancia de la conformación del equipo de trabajo se observó como una necesidad que IDEA-L TEAM cubrió de manera exitosa.

Tabla 1 - Resumen de proyectabio e idea-l team

	EDICIÓN 2019	EDICIÓN 2020	EDICIÓN 2021	TOTAL EDICIONES
IDEA-L TEAM				
Inscriptos "Tengo una idea"	-	21	29	50
Inscriptos "Quiero integrar un equipo"	-	41	49	90
Cantidad de participantes	-	62	78	140
ProyectáBIO				
Ideas Proyectos presentadas	24	23	18	65
Cantidad de participantes	102	108	77	287

Fuente: elaboración propia. Comparación de las ediciones de la convocatoria IDEA-L TEAM y ProyectáBIO respectivamente. En la página web del Programa UNLBio, en las secciones ProyectáBIO e IDEA-L TEAM, se encuentra disponible información sobre las Ideas proyectos presentadas y financiadas (el link de acceso es <https://www.unl.edu.ar/vinculacion/unlbio/>).

Desde el 2019 se está trabajando en conjunto con las 115 ideas proyectos que se han vinculado al Programa a partir de las convocatorias IDEA-L TEAM y ProyectáBIO. Se listan algunos casos:

- Del total de ideas participantes en IDEA-L TEAM, 8 se han presentado a la convocatoria ProyectáBIO.
- Se trabajó en conjunto con las cátedras de Seminario de Integración e Investigación de Mercados de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas (FCE-UNL) para la confección de los planes de negocios (PDN) y modelo de negocios (MDN) de las ideas proyectos bio.
- Trabajo con la Red de Biomentores.

- Acompañamiento y asesoramiento en la participación de la Jornada Internacional de Jóvenes Emprendedores (JIJE) y convocatoria NAVES del Banco Macro.
- Participación en el Seminario para Emprendedores y Laboratorio de Emprendedores del Programa Emprendedores de la SVyTT.
- Preincubación/incubación en los Gabinetes para Emprendedores de la UNL.
- Ingreso al Programa UNL Potencia.

Figura 1 - Interrelación entre las ideas proyectos presentadas en IDEA-L TEAM y ProyectáBIO con diferentes herramientas de la UNL para emprendedores y convocatorias



Fuente: elaboración propia.

La conformación de un ecosistema emprendedor alrededor de cada proyecto permite fortalecer el desarrollo de buenas ideas y oportunidades de negocio y las prepara para enfrentar escenarios más competitivos.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos al Comité del Programa UNLBio y a la Red de Biomentores por el trabajo realizado y el apoyo permanente.

AN ANALYSIS OF STAKEHOLDER PARTICIPATION IN THE ECOSYSTEM OF EFFECTIVE ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN EDUCATION WITH AN ENTREPRENEURIAL TRAINING APPROACH

Neda Azad Honari, PhD student, University of Tehran, azadhonari@alumni.ut.ac.ir
 Fereshteh Shakibaeian, PhD student, University of Tehran, f_Shakibaeian @alumni.ut.ac.ir

INTRODUCTION

The knowledge economy requires educated, skilled, and entrepreneurial leaders, managers, and organizations. As a result, governments around the world have increased their support for entrepreneurship education (EE). There is a general consensus today that innovative teaching methods lead to better learning (Pasawano, 2015). The Entrepreneurship Center (EC) in the Ministry of Education has also been established with the aim of creating a space for training entrepreneurs in a different way. The center identifies talented students and provides services to foster entrepreneurial talent. Students at this EC the entrepreneurial process in a real business environment by starting a creative business. Entrepreneurship ecosystem is a new way of thinking and acting to develop entrepreneurship the effectiveness of EE and entrepreneurial training requires the active interaction of the EC with stakeholders in the effective EE ecosystem. Identifying the main stakeholders of the entrepreneurial ecosystem and their needs and relationships provides a systematic perspective EE. Recognizing the importance of entrepreneurial training and the need to use the learning method while doing the work, the questions of this research are include: 1) What are stakeholders in the effective EE ecosystem in education? 2) How do they participate in effective EE? and 3) What is the impact of their participation in training entrepreneurs?

LITERATURE REVIEW

1.THE IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP AND ITS EDUCATION

Today, entrepreneurship is known as the growth engine of organizations and societies and is considered vital to have a strong and prosperous economic structure (SAIZ-ÁLVAREZ; MARTÍNEZ; MARTÍNEZ, 2014). EE is a process of preparing people with the ability to recognize business opportunities, self-esteem, knowledge, skills and insights to act on them (OLUGBOLA, 2017). And in this way, people can be led to entrepreneurship. This necessitates attention EE.

2. EFFECTIVE ENTREPRENEURSHIP TRAINING

Much research has shown that training by doing work on entrepreneurship is more effective. In line with recent advances in education, entrepreneurial strategy is geared towards specific programs that are part of training to create a real business (RASMUSSEN; SORHEIM, 2006).

3. EE ECOSYSTEM AND STAKEHOLDERS

The EE Ecosystem equips students with the additional knowledge, features, and capabilities needed for working as an entrepreneur, and joining a community entrepreneurship (BHAT; RIYAZ, 2014). Stakeholders are individuals and groups that somehow contribute to the success or failure of a business. (PARMAR *et al.*, 2010). Of course, it should be noted that the concept of stakeholder in strategy means effectiveness and efficiency, not to share in the profits and losses. Identifying the main stakeholders of the entrepreneurial ecosystem and their needs and relationships provides a systematic perspective on EE. By developing a strategic approach and managing stakeholder participation, the quality of EE in EC can be increased.

RESEARCH METHODOLOGY

This qualitative research is of a practical purpose and based on innovative experimental analysis. The statistical population includes EC managers and employees and students covered by EC (13-18 years old). Sampling is purposeful and is done with the opinion of the researcher. Data consists of three parts. Preliminary data through previous studies that have shaped the research literature, information about each unit inside and outside the organization, and semi-structured interviews with 14 people from the sample population. After extracting the propositions, the findings were classified and based on it, the stakeholders of the EE ecosystem were identified and the manner of participation and the extent of the effect of each were determined. The results were confirmed through semi-structured interviews with 15 experts.

RESEARCH FINDINGS

Stakeholders in the EE ecosystem include all groups that directly or indirectly participate and are effective in the activities of the EC. This concept refers to Freeman's definition of stakeholders. After extracting the propositions, all stakeholders were identified and their participation and effect were determined. According to the results of the staff of the EC, students and their parents are in a very close cooperation at the center of this system. EC pursues its goal, which is to train entrepreneurs, by carefully planning, and interacts and communicates with all stakeholders. Tables 1 and 2 list the roles of each of the identified stakeholders.

DISCUSSION

The results show that stakeholder participation is essential for effective EE. Some stakeholders provide specific and specialized support and some provide extensive support. Stakeholder management, commitment, enthusiasm, knowledge and experience of the stakeholder network as well as their financial resources and skilled and committed manpower and their attitudes can affect the quality of EE. The personal networks of people working in the EC can facilitate new stakeholder relationships. People may act as promoters or resist change. Creating strong partnerships in stakeholders requires resources, time, proof, support and commitment. Long-term stakeholder participation in the EE and the long-term thinking and commitment of senior executives can create an effective learning ecosystem, and it is important that all internal stakeholders, including middle managers, staff, parents and students, understand and commit to entrepreneurship to develop it. A key success factor is the presence of entrepreneurial leaders who promote EE despite resistance to change. The results show that the involvement of external stakeholders facilitates the practical and real aspects of effective entrepreneurial life and EE. CE-sponsored students care about these practical components of EE and endorse the involvement of external stakeholders in EE. The results of this research are useful for EE planners and implementers.

Table 1 - Internal stakeholders and how they participate

NAME	HOW TO PARTICIPATE
General Manager	Policy, support (finance, manpower, etc.)
Deputy of Secondary Education	Supervision, support, facilitation of administrative affairs
Deputy of Human Resources Support, Research and Planning	budget allocation, manpower supply, facilities for educational activities, etc. in cyberspace, conducting the required research
Deputy Coordinator	Communication with other organizations
Educational Departments	Providing expert staff, leading the Kharazmi Festival with an entrepreneurial approach, participation in EC programs
Secondary Education Office	Collaborate on the use of school facilities
Legal Department	Providing legal advice on directives, contracts, etc.
Public Relations Office	preparation of performance reports of ECactivities
Office of the Parents Association	Provide EE to parents, attract family cooperation
Consulting Office	identifying talented students in entrepreneurship
Schools (principals and teachers)	Introducing EC and its services, introducing talented students
Benefactor within the organization	Consulting, training, mentoring, coaching
Entrepreneurship Center (EC)	Provide required services to the covered students, accompany them from choosing an idea to starting a sustainable business

Source: from authors.

Table 2 - External stakeholders and how they participate

NAME	HOW TO PARTICIPATE
Office of the Vice President for Science	Financial support for educational & cultural programs
Governor	Policy-making, support and advocacy
Municipality	Financial support, providing exhibition space
General Directorate of Cooperatives, Labor and Social Welfare	support entrepreneurship development programs financially and non-financially
government institutions of the province	Participate in training, expert advice, licensing, support
Science and Technology Park	advice and training, patent assistance, financial support, Provide specialized laboratories
Private Incubators and accelerators	Participate in student support, investor introduction
Entrepreneurs and business owners	participation in investment , consulting, coaching, mentoring, judging startup weekends
Financial institutions	Financing in the form of loans
Faculty of Entrepreneurship and other universities	Provide scientific advice, participate in programs, provide instructors to train staff
Private and charitable institutions	Scientific, material and spiritual support in all activities
Extra-organizational Benefactor	Consulting, training, mentoring, coaching, etc.

Source: from authors.

REFERENCES

BHAT, S.; KHAN, R. Entrepreneurship Education Ecosystem: An Assessment Study Of J&K State International. **Journal of Economics**, 2014.

PARMAR, B. L.; FREEMAN, R. E.; HARRISON, J. S.; WICKS, A. C.; de COLLE, S. **Stakeholder Theory: The State of the Art**. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 2010.

OLUGBOLA, S. A. Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. **Journal of Innovation & Knowledge**, 2017.

RASMUSSEN, E. A; SORHEIM, R. Action-Based Entrepreneurship Education. **Technovation**, 2006.

SAIZ-ALVAREZ, J. M.; MARTÍNEZ, A. C.; MARTÍNEZ, C. C. A. An Entrepreneurial Well-being Model based on GEM Data for Spain. **International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence**, 2014.

IDENTIFYING OPPORTUNITIES AND THREATS FOR SPORTS SCIENCE SCHOOLS IN RELATION TO INCUBATORS AND SCIENCE AND TECHNOLOGY PARKS

Samaneh Almasi, Razi University, Kermanshah, Iran, s_almasi68@yahoo.com

Hossein Eydi, Razi University, Kermanshah, Iran, eydihossein@gmail.com

Keywan Zamany Dadaneh, Kurdistan University, Kermanshah, Iran

José Marques Novo Jr., LIETEC/DEFMH, Federal University of São Carlos, marques.novojr@ufscar.br

INTRODUCTION

The primary and traditional roles of universities as providers of education and creators of scientific knowledge are shifting to entrepreneurial universities all over the world (SUN *et al.*, 2019). To this end, incubators (ICs) and science and technology parks (STPs) were established. ICs and STPs are one of the intermediary links between the government, academia and industry and are the point of interaction and cohesion of these three institutions and provide the knowledge and expertise of scientists and researchers to the industry (KLOFSTEN *et al.*, 2020). Sports science professors focus more on producing content related to physical development than innovation in the production of sports products but there are several areas in sports that can and should be addressed today from an entrepreneurial perspective (SALVADOR *et al.*, 2019). In fact, sports management programs should prepare students for employment (PIERCE, 2019). Therefore, in the field of sports, entrepreneurship education is needed to encourage students to create new sports companies in order to use the knowledge of students in this field of study in order to meet the needs of society and also create jobs. (GONZÁLEZ-SERRANO; MORENO; HERVÁS, 2018). One of the best ways to boost entrepreneurship in sports science students is to link sports science faculties with ICs and STPs. Many professors and students of sports science are unaware of the innovative opportunities of their jobs, while others, regardless of the threats, want to start their own innovative businesses. It seems that by identifying the opportunities and threats facing the relationship between sports sciences faculties with ICs and STPs, we can provide appropriate suggestions for establishing this relationship. So that we can help the presence of sports science faculties in these centers and innovation and job creation in sports. Therefore, the research question is what are the opportunities and threats in the way of connecting sports science faculties with incubators and science and technology parks?

RESEARCH METHODS

The present study, according to the subject and objectives, is a strategic and contextual study that has been conducted in a field and descriptive-analytical method. This research is also one of the types of applied-developmental research that the required information has been obtained through library studies, interviews and researcher-made questionnaires.

Because the purpose of this study was to describe the opportunities and threats facing sports science faculties in relation to ICs and STPs, the external evaluation process was used to analyze the external environment by survey method. The research community included heads and members of the country's sports science faculty, incubator and entrepreneurship centers, science and technology parks, and other research-related officials in Iran. The research sample was theoretically determined and included 17 people. The data collection tool was a interview and a questionnaire that was obtained after confirmation of validity and reliability by experts. With the final identification of opportunities and threats of sports science faculties in relation to growth centers and science and technology parks in Iran in interviews with members of the Strategic Council, In the following, opportunities and threats in the form of a questionnaire (9 Likert scale), to rank The items were assigned to the members of the Strategic Council.

RESULTS

According to the results of the research, 19 opportunities and 18 threats were obtained in the relationship between the faculties of sports sciences with ICs and STPs. The Table 1 shows the ranking of opportunities using the Friedman test.

Table 1 - Results of the Friedman test for ranking opportunities

Row	Items	M	SD	MR	Rank
1	The recent attention of the Physical Education Research Institute ² to support new ideas of students, professors and sports innovators with the aim of reducing barriers	3/05	0/89	10/09	9
2	Strengthening the entrepreneurial spirit and technological innovation in recent years by the government	2/82	1/18	8/41	14
3	Financial support (loans, tax subsidies, the possibility of being exempted from labor law and insurance discounts) and moral support (copyright) of owners of innovative businesses in the field of sports by the government and the Physical Education Research Institute	2/85	1/41	7/29	18

² An organization in Iran that supports innovative sports research and achievements

4	Defining more research projects in the faculty due to the connection of sports science faculties with production units	2/76	1/25	7/44	16
5	Providing technical or non-technical services by growth centers and science and technology parks in connection with cultivating innovative ideas	2/88	1/57	9/41	12
6	The flexibility to turn a sports idea into a product away from the complex and changing rules and regulations in the market, by the conditions that the ICs and STPs provide for the idea owners.	2/70	1/21	7/38	17
7	Help improve the reputation of start-ups during difficult early years and reduce sales costs	2/88	1/36	8/26	15
8	Possibility of forming working groups and networking with other fields of study in connection with cultivating innovative sports ideas ICs and STPs	3/17	1/46	10/32	6
9	Possibility of using advanced technologies in turning innovative sports ideas into products and services in ICs and STPs	3/05	1/47	9/44	11
10	Existence of many educated forces in different tendencies of sports sciences	3/76	1/30	14/68	1
11	Gaining prestige through membership in these centers, for the owners of sports ideas	3/11	1/21	10/15	7
12	Holding related training and research courses to launch scientific discussions among tenants in ICs and STPs	3/35	1/36	12	3
13	The growing trend of the world sports industry in the field of sports services and goods	3/23	1/20	10/97	5
14	Creating a competitive environment between sports products and helping to improve the quality of products through innovative ideas in sports	3/11	1/21	10/12	8
15	Increasing technical competencies in creating sports products and services through work and scientific connections of sports science faculties with ICs and STPs	3/29	1/31	11/47	4
16	The possibility of discovering new sports markets that create sports job opportunities through work and scientific connections between sports science Faculties with ICs and STPs	3/47	1/32	12/65	2
17	Reduce investment risk	3	1/41	9/53	10
18	Establish a bridge between the Faculty of Physical Education and Sports Science with the government and industry through ICs and STPs	3/23	1/48	10/97	5
19	Positive attitude of society and some organizations towards sports science faculties and willingness to invest in sports ideas	3	1/22	9/41	13

Source: from authors.

Table 2 - Test statistics

N	17
Chi-Square	47/90
DF	16
Sig	0/000

Source: from authors.

The Table 3 shows the ranking of threats using the Friedman test.

Table 3 - Results of Friedman test for ranking threats

Row	Items	M	SD	MR	Rank
1	Lack of binding rules for conducting knowledge-based research, innovation and commercialization of sports ideas in sports science Faculty	4	0/86	10/21	6
2	No serious prevention the uncontrolled import and smuggling of foreign sports products into the domestic market, in order to encourage the production of domestic products based on innovative ideas	4/11	0/85	11/26	2
3	Insufficient provision of facilities and support loans by the government with low interest and long repayment time to innovators and entrepreneurs of sports science faculties	2/94	1/34	11/32	1
4	Failure to create a union to support students' businesses sports science Faculties	3/82	1/07	6/12	17
5	Lack of motivation in the public and private sectors to invest in innovative research in sports	3/88	0/99	10/44	4
6	Discrete relationship between between the pillars of the Faculty of Sports Science, Industry and society in relation to the commercialization of sports ideas (lack of research and technology chain)	2/82	1/33	10/47	3
7	Interference of sports ideas with medical fields such as nutrition and exercise; Genetics and sports, and obstruction of the activities of physical education and sports science students in these fields by the authorities.	3/70	1/04	5/94	18
8	Lack of coordination of educational and research programs of sports science faculties with the activities and strategies of ICs and STPs	3/58	1/12	9/50	13
9	Lack of accurate database of the situation of the sports industry in Iran, which causes the owners of sports startups to face problems in the marketing sector.	3/76	1/20	8/26	16
10	Lack of scientific and technical view of the field of physical education and underestimation of this field by the managers of ICs and STPs	3/88	1/11	9/74	11
11	Lack of familiarity and trust of industry managers and investors with the ideas of students, graduates and professors of sports science faculties and their willingness to invest in money-making ideas such as: cars, tourism, restaurants and...	3/82	1/07	10/32	5
12	Lack of information and introduction of sports science in the official sites of ICs and STPs	3/76	1/03	9/88	8
13	Lack of attention to the formation of joint meetings between the faculties of sports sciences and the directors of ICs and STPs s in order to build more trust in the capabilities and capacities of both parties	3/82	1/13	9/76	10
14	Overtaking other faculties from sports science faculties in the field of producing sports products due to having technical disciplines	3/64	0/99	10/06	7
15	Lack of attention to the existence of Manufacturers of competing sports products and lack of competition experience	3/76	1/03	9/21	14
16	Lack of professional consultants familiar with sports products in ICs to guide sports science entrepreneurs (business consultants)	3/64	1/05	9/65	12
17	Some sports products are expensive due to the scarcity and high cost of raw materials	3/76	1/03	9	15
18	Not using the experiences of innovators, inventors and entrepreneurs in the field of sports science in order to develop ideas in ICs and STPs	3/82	1/18	9/85	9

Source: from authors.

Table 4. Test statistics

N	17
Chi-Square	86/27
DF	17
Sig	0/04

Source: from authors.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Suggestions can be made to reduce the effects of threats and strengthen the opportunities around sports science faculties to connect with ICs and STPs. To this end, adequate funding and facilities for innovative sports ideas by the government can be helpful. The government must provide the necessary financial and moral support to the idea owners. Also, due to the high cost and scarcity of some raw materials needed to create innovative products, the faculty and the government should help students in this regard. Sports science students should also be trusted in product creation and their products should be strongly supported by preventing the import of sports products. We can succeed in attracting private sector investors by informing and justifying sports projects. It is also possible to help industries and encourage students to innovate by establishing communication and contracting between the faculties of sports science and related local industries. But it should be noted that sports science students need to strengthen the science of programming and computers. Sports science faculties should require professors to innovate and teach innovation. There should be a section in each school of sports science called the Innovation Center to give the necessary training to students and guide them to ICs and STPs.

There should be continuous communication between the faculty and ICs and STPs so that sports science students can work with other students as a team on sports ideas. It is even possible to dedicate the internship of sports science students to their activities in ICs and STPs. It is also possible to create a database of innovative idea owners and sports inventors in the country so that they can work together. In order to guide students to ICs and STPs, the products and achievements of sports sciences should be introduced to the centers and trust should be established.

REFERENCES

GONZÁLEZ-SERRANO, M. H.; MORENO, F. C.; HERVÁS, J. C. Sport management education through an entrepreneurial perspective: Analysing its impact on Spanish sports science students. **The International Journal of Management Education**, v. 19, n. 1, 2021. doi:10.1016/j.ijme.2018.11.007.

KLOFSTEN, M.; LUNDMARK, E.; WENNBERG, K.; BANK, N. Incubator specialization and size: Divergent paths towards operational scale. **Technological Forecasting and Social Change**, 2020. 151 DOI: 101016/j.techfore2019119821

PIERCE, D. Analysis of sport sales courses in the sport management curriculum. Journal of Hospitality. **Leisure, Sport & Tourism Education**. v. 24, p. 17-29, 2019.

SALVADOR, D. S.; TOBOSO-CHAUVERO, S.; NADAL, A.; GABARREL, X.; RIERADEVALL, J.; da SILVA, R. S. Potential of technology parks to implement Roof Mosaic in Brazil. **Journal of Cleaner Production**, v. 235, p. 166-77, 2019.

SUN, S. L.; ZHANG, Y.; CAO, Y.; DONG, J.; CANTWELL, J. Enriching innovation ecosystems: The role of government in a university science park. **Global Transitions**, v. 1, p. 104-19, 2019.

STARTUPS' INVESTMENT ONTOLOGY: THE ENTREPRENEUR AND INVESTOR PERSPECTIVES

Wilson C. da Silva, External Collaborating Researcher at INESC TEC/Porto, wilson.c.silva@inesctec.pt
 João José Pinto Ferreira, Universidade do Porto and researcher at INESC TEC Porto, jjpf@fe.up.pt

INTRODUCTION

This research aimed to create a model that aligns the perspectives of the entrepreneur and the investor, and brings together, in an integrated way, the main concepts of business financing through venture capital during a startup's journey. This integrated view has great importance in teaching innovation and entrepreneurship, which are subjects that naturally have a high degree of transversality.

The Design Science Approach, with its balance between Relevance and Rigor, was the methodology applied. For its application, the Startups' Investment Ontology (SAPIENT) was developed with the building and validation of artifacts, namely, ten Sub-Ontologies and the Competence Questions. A multi-cultural group comprised of twenty-eight professionals (Entrepreneurs, Venture Capitalists, and Business Angels) from three continents evaluated, refined, and validated the model.

As academic contributions, this study proposes a model that can be used to teach innovation and entrepreneurship. In addition, this work is the first to compile end-to-end validated information related to this subject. Finally, as managerial contributions, this study provides valuable information to the decision-making process related to funding via venture capital to entrepreneurs and investors.

SCOPE OF WORK

A startup is a temporary organization searching for a repeatable and scalable business model (BLANK; DORF, 2020), and this goal may never be achieved by several of them. For this reason, it's a high-risk and high-uncertainty venture that needs non-guaranteed investment to grow. Equity Investors are the ones that apply this kind of approach to funding business development.

The scope of this study aims at the relationship between Startups Entrepreneurs and Equity Investors, namely Business Angels and Venture Capitalists. This research aims to show the information assessed by Equity Investors and how entrepreneurs should prepare themselves for this purpose. The greater the asymmetry in providing this information, the lower the entrepreneurs' chances of receiving approval from the investors. Nevertheless, it is beyond the scope of this work to identify the patterns of

decision-making processes that may lead investors to decide to invest in some ventures over others.

LITERATURE REVIEW & THE RESEARCH QUESTION

The 28 selected articles for the literature review show existent trade-offs between entrepreneurship and finance (CAVALLO *et al.*, 2019), different perceptions of risk (FRIAS *et al.*, 2020), various angles that an investor's decision-making process can be analyzed (ZACHARAKIS; MEYER, 1998; WARNICK *et al.*, 2018), and distinct factors influencing the assessment criteria (FERRATI; MUFFATTO, 2019). These aspects inhibit creating a model that describes everything together. Hence, a systematized model or a comprehensive framework was not found in the literature.

The gap identified confirms that no comprehensive model is available to describe how entrepreneurs look at investment or even, on the other hand, how investors look or perceive a startup. In this context, the proposed research question is as follows:

From an investment perspective, how do entrepreneurs, VCs and BAs look at a startup?

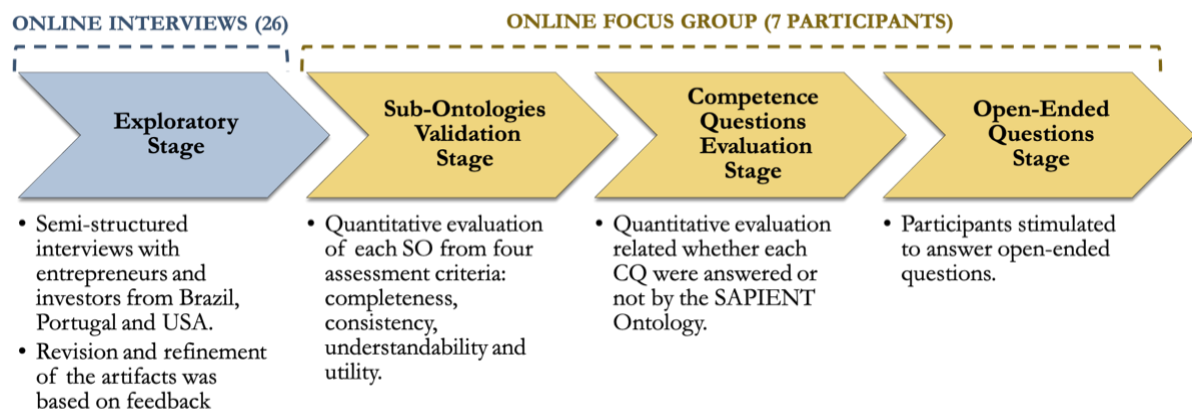
- Is there a model in the literature that describes how this works?
- If not, can we build a model that describes it?

METHODOLOGY & SAPIENT ONTOLOGY

The methodology used in this study is the Design Science approach, applied by building-evaluation iterations processes (van AKEN, 2007). The building process develops the artifacts, and the evaluating process refines them.

An ontology (SAPIENT) was developed as the artifact of this research because it provides a common language for the knowledge about the research subject that must be shared and reused (HOLSAPPLE; JOSHI, 2002). The Unified Modelling Language (UML) was used as the modeling tool to produce the artifacts (KOGUT *et al.*, 2002). This whole process is described in Figure 1.

The SAPIENT Ontology is composed of ten Sub-Ontologies and Competence Questions. They describe key concepts related to the Research Question, i.e., Startup, Entrepreneur, Equity Investor, Startup Team, Resources, Presentations for Investors, Investors' Evaluation Criteria, Investment Assessment Process, Investment Contract, and Shareholders' Agreement. It also describes how these concepts relate to each other.

Figure 1 - SAPIENT development process

Source: CALDEIRA DA SILVA, 2021.

SAPIENT's strength is to gather in a single model diverse information that is scattered in various sources and with varying approaches from multiple authors. In addition, the curation of information present in the SAPIENT was performed based on the existing literature, reinforced by the careful evaluation of entrepreneurs and investors of varying degrees of experience and from different cultures.

The Sub-Ontology that represents the concept "Startup" is shown in Figure 2, as an example. All other concepts were represented with the same approach. In addition, a glossary was also created containing all the terms that were used in the 10 Sub-Ontologies.

RESULTS AND CONCLUSION

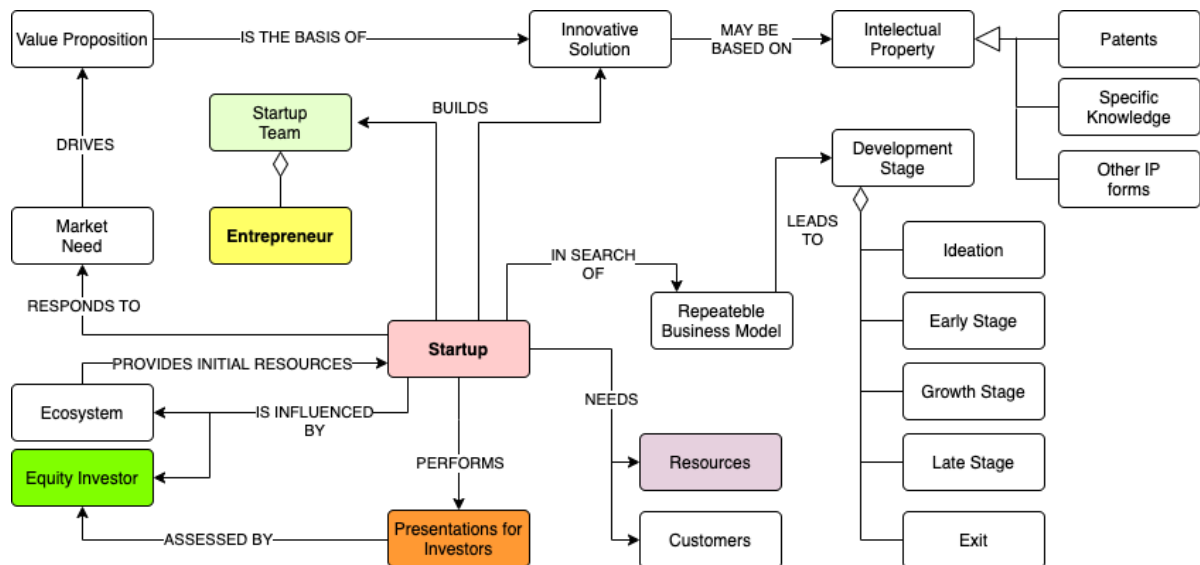
This study was made robust by the processes used to evaluate and refine the ontology and its artifacts (28 distinct professionals, among entrepreneurs and investors from Brazil, Portugal, and the USA).

Comprehensive evaluation methods with exploration and validation phases were applied, achieving an overall approval of 95% for the ontology. Furthermore, the validation for whether SAPIENT answers the Competence Questions received a general endorsement of 99%.

As discussed in HOLSAPPLE & JOSHI (2002), an ontology should be instantiated to improve its value by feedbacks on its application. However, due to the timeframe limitation usually imposed by a master's dissertation, this instantiation could

not be done in this research. Moreover, even with the participation of professionals from three different cultures, since entrepreneurship is a subject of worldwide interest, SAPIENT needs to be evaluated by other cultures, such as Africa, Asia, the Middle East, and Oceania.

Figure 2 - Sub-Ontology Startup



Source: CALDEIRA DA SILVA, 2021.

The knowledge contribution of this research can be valuable to academia, investors, and entrepreneurs. SAPIENT can support the teaching of innovation and entrepreneurship, helps the decision-making process of investment via venture capital, and improves the general understanding of what entrepreneurship funded by other people's money is all about.

A model for applying SAPIENT in education can be made through the analysis of a Case Study, where the value of the ontology can be amplified with its application in a real-life context, where it can help to deep the understanding of a complex problem.

The present research has raised an important question that needs to be explored, thus opening a path for further investigation. A startup is not a static element, and, as a living organization (ADISES, 1990), it has different needs at different stages of its existence. Thus, the ontology should reflect this path from one stage to another and how some elements gain or lose importance for each of these stages.

REFERENCES

- ADIZES, I. Corporate Lifecycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do About It. **The Adizes Institute**, 1990.
- BLANK, S.; DORF, B. **The Startup Owner's Manual**: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. Wiley, 2020.
- CALDEIRA DA SILVA, W. **Startups' investment ontology**: the entrepreneur and investor perspectives. Dissertação (Master's Dissertation) - University of Porto, 2021.
- CAVALLO, A. *et al.* Fostering digital entrepreneurship from startup to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 145, p. 24–35, 2019.
- FERRATI, F.; MUFFATTO, M. A systematic literature review of the assessment criteria applied by equity investors. *In*: THE EUROPEAN CONFERENCE ON INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP, 2019. **Proceedings [...]**. 2019. v. 1, p. 304-312.
- FRIAS, K. M. *et al.* Perceived Market Risk in New Ventures: A Study of Early-Phase Business Angel Investment Screening. **Journal of Macromarketing**, v. 40, n. 3, p. 339–354, 2020.
- Holsapple, C. W.; Joshi, K. D. A collaborative approach to ontology design. **Communications of the ACM**, v. 45, n. 2, p. 42–47, 2002.
- KOGUT, P. A. *et al.* UML for ontology development. **The Knowledge Engineering Review**, v. 17, n. 1, p. 61–64, 2002.
- van AKEN, J. E. Design Science and Organization Development Interventions. **The Journal of Applied Behavioral Science**, v. 43, n. 1, p. 67–88, 2007.
- WARNICK, B.J. *et al.* Passion for entrepreneurship or passion for the product? A conjoint analysis of angel and VC decision-making. **Journal of Business Venturing**, v. 33, n. 3, p. 315–332, 2018.
- ZACHARAKIS, A. L.; MEYER, G. D. A lack of insight: do venture capitalists really understand their own decision process? **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 1, p. 57–76, 1998.

TALLER DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS: PRÁCTICA EXPERIENCIAL, PERIODO 2017-2020.

Yamila Garzón, Universidad Nacional del Litoral, ygarzon@unl.edu.ar

Maria Soledad Cruz, Universidad Nacional del Litoral, mcruz@unl.edu.ar

INTRODUCCIÓN

La Universidad Nacional del Litoral a través del Programa Emprendedores lleva adelante propuestas de capacitación y asistencia que involucra Asignaturas Electivas/Optativas, Cursos de Verano, Formación para Mujeres Emprendedoras, Cursos de Posgrado para Formadores y Charlas de Sensibilización en establecimientos educativos de la región, abordando la formación emprendedora de forma integral e interdisciplinaria, con el objetivo de potenciar el desarrollo de aptitudes y actitudes emprendedoras de toda la comunidad universitaria.

Una de las Asignaturas ofrecidas es el Taller de Competencias Emprendedoras (TCE) que actualmente se encuentra en su edición N°32 y es de cursado en ambos cuatrimestres, rotando la Unidad Académica en que se dicta. El objetivo del Taller es, principalmente, acercar a los y las estudiantes de carreras de grado al emprendedorismo, en el ejercicio de aptitudes y actitudes constitutivas. Surge en el año 2015 luego de un proceso de autoevaluación de la cátedra anterior “Formación de Emprendedores”, resultando en una separación de la formación de competencias emprendedoras por un lado, y del desarrollo del plan de negocios por el otro - Seminario Laboratorio de Emprendedores.

Cuando hablamos de Competencias Emprendedoras hacemos referencia al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para que una persona, los y las estudiantes, identifiquen oportunidades de innovación y de negocios y desarrollen de forma exitosa proyectos en torno a ello.

Se aborda el trabajo en equipo, la búsqueda de información, modelado de negocios, metodologías de innovación, oralidad, negociación y redes de contactos, en línea a lo que Kantis y Drucaroff postulan: el diseño de currículas en torno a competencias emprendedoras debe priorizar la construcción de equipos interdisciplinarios cuyos integrantes se complementan, el desarrollo de una red de contactos con colegas y demás profesionales y el reconocimiento de modelos de rol (KANTIS & DRUCAROFF, 2011).

A continuación describiremos la experiencia obtenida en la gestión y coordinación de las ediciones nº 25 a nº 31 del TCE.

EXPERIENCIA Y APRENDIZAJE

Acompañado por un marco institucional orientado a emprendedorismo (Art. 84 Estatuto UNL 2012; OE III.1.2. Plan de Desarrollo Institucional), el impulso y consolidación de un Ecosistema Emprendedor, con la formación y el desarrollo de herramientas vinculadas a conceptos estratégicos para el diseño y gestión de Proyectos, su comunicación y evaluación de viabilidad y sostenibilidad, y la complementación con la formación en competencias, comprenden nuevas formas de educación emprendedoras.

Una de las tareas de la Coordinación del Programa es acompañar y evaluar de forma continua el desarrollo de las cátedras, proponiendo cambios y mejoras y mediando entre los y las estudiantes y el equipo docente, con el objetivo de articular los aspectos disciplinares, metodológicos y administrativos.

Desde la edición N° 25 a la N°31, participaron (y acreditaron) 304 estudiantes de todas las Unidades Académicas, trabajando en más de 50 ideas de negocios. Las sedes en las que se dictó fueron FCE, FICH, FCJS y FHUC y 14 son los y las docentes de distintas disciplinas que forman parte del equipo.

Los objetivos que se indican en el Programa de la asignatura son:

1. Motivar a los estudiantes de grado de las distintas carreras de la UNL, a visualizarse como agentes de cambio en el entramado socio-productivo local, nacional y global, a partir de su accionar como profesionales.
2. Brindarles un espacio de formación a partir de la incorporación de herramientas motivacionales, actitudinales y aptitudinales que les permitan mejorar su formación e inserción en el medio socio-productivo.
3. Desarrollar la filosofía emprendedora mediante el trabajo del área motivacional en donde podrá identificar sus habilidades, actitudes y potencial empresarial, ya sea para emprender un nuevo negocio o bien para trabajar como agente de cambio desde su puesto de trabajo.

Siguiendo dichos objetivos y basándonos en la experiencia de coordinación y observación de las clases, de propuestas de docentes participantes y del análisis de las encuestas de satisfacción proporcionada por los/las estudiantes de las cátedras en distintas ediciones, la estructura del Taller fue actualizándose. Actualmente consta de Bloques Temáticos trabajados en dos o tres clases cada uno, con un/a docente especialista por cada clase.

Los Bloques Temáticos que estructuran el Taller son:

- A. Entorno y Equipo Emprendedor.
- B. Exploración e Ideación.
- C. Experimentación y Modelado.
- D. Entrenamiento de Competencias.
- E. Redes y Ecosistema Emprendedor.

Respecto a la opción de acreditación es en forma grupal, el/la alumna en equipos interdisciplinarios conformado por entre tres (3) y cinco (5) integrantes organizados en la clase de Trabajo en Equipo, debe presentar (en forma escrita y oral), desarrollar y validar una idea de negocio. En este caso, la acreditación o no de la materia será dentro del cuatrimestre en el cual el/la alumna la cursa.

Se evalúa la participación en clase, el manejo del Entorno Virtual, el cumplimiento de las entregas parciales y final y la originalidad y creatividad de la idea de negocio propuesta.

Acentuando la modalidad de taller y atendiendo a las dificultades que surgían en la resolución de la entrega final, es que se incorporan a la modalidad de evaluación durante el cursado 4 entregas parciales más la entrega final y dos talleres de validación en donde debe participar, por lo menos, un/a docente representante del Bloque temático. Esta modalidad es positiva a la hora de brindar claridad en los objetivos y conceptualización del proceso de trabajo, con una validación intermedia de la idea de negocio y del equipo.

La coordinación administrativa y del equipo docente está a cargo de una persona en la figura de Coordinadora, con la tarea de mediar entre alumnos/as y docentes, entre el equipo docente, y entre éstos y la Coordinación del Programa.

Ahora bien, la particularidad en estas ediciones fue el vínculo propuesto y que marca una tendencia, entre el Programa y otras propuestas de emprendedorismo de la UNL y de la región. Se visualiza en concreto, en la invitación a los y las estudiantes a los eventos propuestos por la Municipalidad y las Incubadoras de la Ciudad. Y en la propuesta de participación como docentes a profesionales referentes del emprendedorismo que se desempeñan laboralmente en plataformas de innovación de la ciudad.

En el mismo sentido, se espera consolidar la articulación del Taller en el Proceso de Preincubación que atraviesa el Programa Emprendedores, brindando mayores oportunidades de resolución de las ideas de negocios de la comunidad UNL.

Por último, buscando dar respuesta a la creciente participación de estudiantes

en Santa Fe y a la demanda de acercar este espacio a las sedes externas de UNL, es que en el año 2019 se comenzó a diseñar la versión virtual del Taller, adecuando los contenidos temáticos a una plataforma moodle. La prueba piloto fue con 3 docentes de diferentes bloques, articulando con el Centro de Educación y Tecnologías de la Universidad, y trabajando con cada docente en el objetivo pedagógico, contenido de sus clases y la interacción pretendida con los/las estudiantes.

Esta implementación de modalidad mixta de cursado - presencial y virtual - en dicho año, fue un gran facilitador a la hora de instaurar la virtualidad total obligada por la situación de emergencia sanitaria COVID 19. Las tres últimas ediciones de la cátedra fue 100% virtual, encontrándonos con nuevos modos de relacionarnos, de organizarnos y de aprendizajes colectivos.

De las voces de los y las estudiantes (sistematizadas en encuestas de satisfacción) se destaca, por un lado y respecto a la modalidad de trabajo “remoto”, como limitante el acceso a Internet y el aprendizaje de herramientas digitales, además de resaltar la dificultad de interacción en los grupos, sobre todo al momento de generación de las ideas. Por otro lado, y siendo de forma recurrente desde hace varias ediciones, se destaca el reconocimiento de la importancia del encuentro interdisciplinario y de las metodologías ágiles para los nuevos entornos profesionales. Por último, resaltamos la gratitud que manifiestan muchos/as estudiantes, de ofrecer un espacio áulico que les permite posicionarse de forma activa y dinámica en el entramado económico, productivo y social de la región.

REFERÊNCIA

KANTIS, H.; DRUCAROFF, S. Corriendo Fronteras, para crear y potenciar empresas. Buenos Aires, Argentina: **Ediciones Granica S.A.**, 2011.