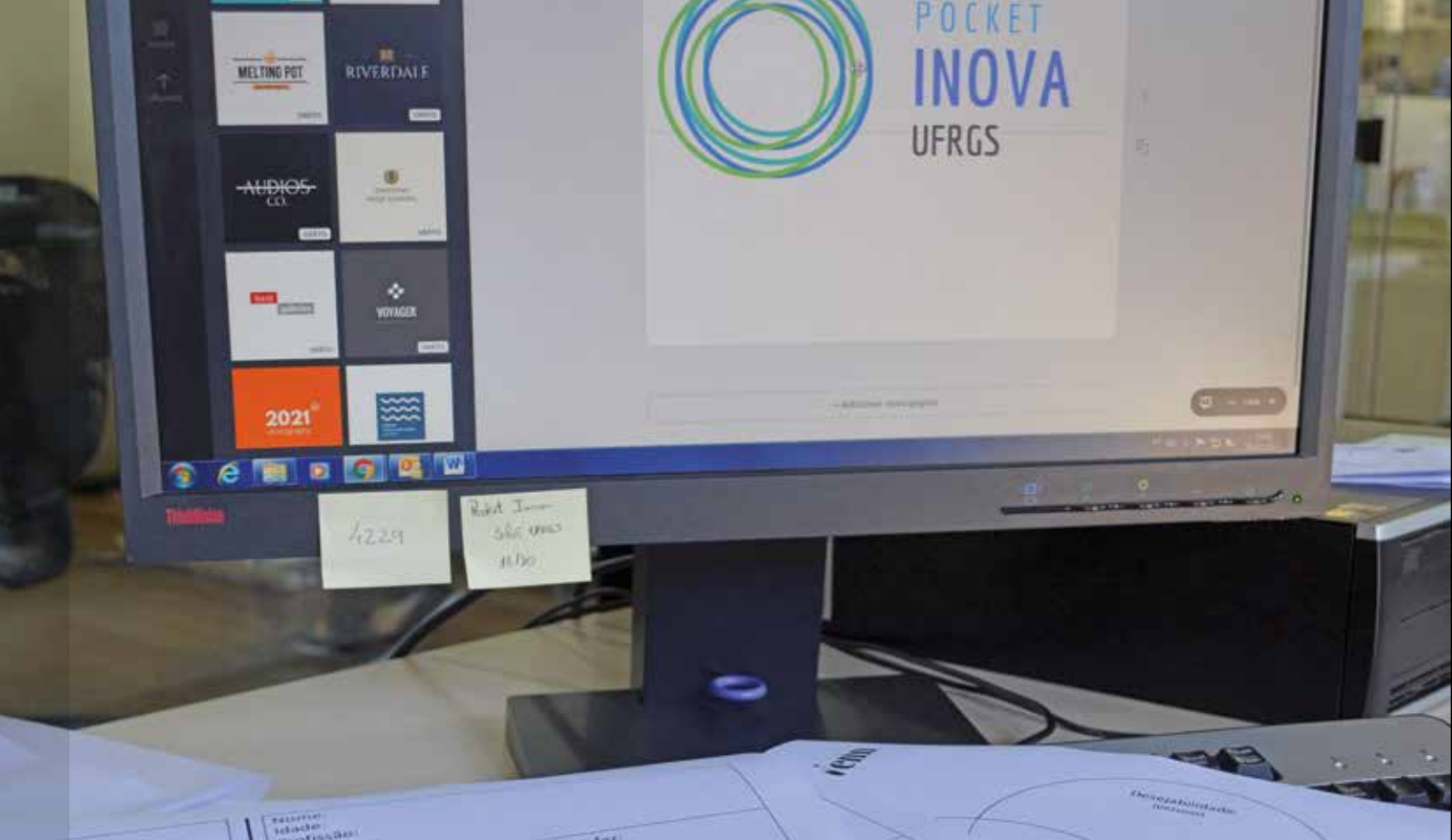




Laboratório de empreendedorismo na UFRGS: despertando o interesse dos alunos pela cultura empreendedora

Michèle Oberson Souza: Instituto de Química - UFRGS

Wendy Haddad Carraro: Faculdade de Ciências Econômicas - UFRGS

Ana Beatriz Michels: Faculdade de Educação - UFRGS

Ângela de Moura Ferreira Danilevicz: Engenharia de Produção - UFRGS

O Brasil é um país repleto de oportunidades e desafios a serem resolvidos. É nesse cenário que o empreendedorismo tem se destacado e, nos últimos anos, vem crescendo de forma exponencial. Conforme revela a pesquisa Global

Entrepreneurship Monitor (GEM), apresentada em 2015, a taxa de empreendedorismo no país alcançou o maior índice dos últimos 14 anos, chegando a quase 40%. Este número reforça o interesse por parte dos brasileiros no

empreendedorismo, tornando-se uma alternativa em meio à crise econômica atual do Brasil.

Neste sentido, é primordial ampliar os esforços na educação e capacitação dos empreendedores. Conforme dados da pesquisa “Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016”, realizada pela Endeavor, a universidade tem um papel primordial na potencialização e inspiração quanto ao empreendedorismo, o sonho grande e a inovação nos alunos.

Porém, a realidade das universidades brasileiras está distante deste papel, havendo uma discrepância na percepção dos alunos e professores sobre o papel das instituições universitárias; 65% dos professores estão satisfeitos com as iniciativas de empreendedorismo, contra apenas 36% dos alunos (ENDEAVOR, 2016).

Assim, estes dados revelam que as universidades têm um grande desafio pela frente, e a UFRGS, consciente do seu papel na formação dos empreendedores, aposta na educação empreendedora atrelada à formação acadêmica dos alunos, oferecendo várias ações que desenvolvam o espírito empreendedor e soluções inovadoras para os desafios da sociedade.

De maneira a contribuir com as estratégias da UFRGS em relação à disseminação da educação empreendedora, a Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico (SEDETEC), em parceria com o Parque Científico e Tecnológico, criou o Núcleo de Empreendedorismo Inovador, composto por um grupo de professores e técnicos-administrativos multidisciplinares, oriundos de diferentes unidades, no intuito de desenvolver ações em prol da cultura empreendedora. Uma dessas ações, intitulada Laboratório de Empreendedorismo, é uma atividade de extensão oferecida aos estudantes de graduação da Universidade, que tem como foco o autoconhecimento, as características do perfil empreendedor, a percepção e concretização de oportunidades de negócios, e o desenvolvimento de ideias inovadoras.

Trajetória do Empreendedorismo na UFRGS

A UFRGS tem estimulado a educação empreendedora como forma de promoção da interação com a sociedade e da agregação de conhecimento empreendedor na formação acadêmica, tanto de docentes quanto de discentes. Muitas dessas ações são realizadas de forma transversal, coordenadas pela SEDETEC, entre elas o Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT), e pelo Parque Científico e Tecnológico da Instituição.

A SEDETEC foi criada em outubro de 2000, diretamente subordinada à Reitoria da UFRGS, tendo como objetivo fornecer à sociedade as condições necessárias à valorização e transferência do conhecimento científico e tecnológico gerado pela Instituição. Sua criação decorreu da necessidade de um gerenciamento mais efetivo e especializado das ações desenvolvidas pela Universidade, no campo do desenvolvimento tecnológico.

Dentre as ações desenvolvidas, a SEDETEC promove a Maratona de Empreendedorismo da UFRGS, que é um curso de extensão realizado há 16 anos, voltado à capacitação empreendedora, elaboração de projetos de *startup*, ampliação do *networking*, e busca pela transformação de ideias em empreendimentos viáveis e inovadores. O curso é aberto à comunidade em geral, sendo ofertado anualmente, nas modalidades presencial e à distância.

No ano de 2009, foi criado o Parque Científico e Tecnológico da UFRGS, consistindo num órgão especial da Universidade, com os objetivos de estruturar o sistema de inovação tecnológica já existente, expandir sua atuação através da disponibilização de estrutura física e terreno exclusivos para atividades de inovação em parceria com empresas, além de permitir maior eficiência aos serviços tecnológicos oferecidos pela Universidade à sociedade.

A Rede de Incubadoras Tecnológicas (REINTEC), que antes era um dos setores da SEDETEC, hoje

está vinculada ao Parque Científico e Tecnológico da UFRGS. A Rede fornece apoio para o melhor desenvolvimento das atividades ligadas à administração das incubadoras; objetiva a melhoria dos resultados das empresas incubadas; promove a associação a redes de apoio nacional; promove a divulgação de mecanismos de captação de recursos para as incubadoras e incubados, indicando fontes e meios para a captação. Além disso, a REINTEC busca o desenvolvimento da cultura empreendedora na Universidade e a melhoria das empresas graduadas.

O Núcleo de Empreendedorismo Inovador, criado em 2012 pela SEDETEC e pelo Parque da UFRGS, tem como objetivo despertar a cultura do empreendedorismo e da inovação entre estudantes da Universidade, e capacitar multiplicadores (docentes e servidores técnico-administrativos) na área de educação empreendedora. Esse grupo tem como maior motivação a introdução da cultura empreendedora na comunidade acadêmica da UFRGS, em uma primeira etapa para os estudantes de graduação, abrangendo as diversas áreas do conhecimento. O intuito é proporcionar aos discentes o contato com a área de empreendedorismo para que esses percebam a importância da busca da excelência em suas respectivas formações, estando atentos à

descoberta de oportunidades de negócios.

Laboratório de Empreendedorismo

Uma das ações desenvolvidas pelo Núcleo, intitulada Laboratório de Empreendedorismo, teve suas duas edições realizadas nas Semanas Acadêmicas da UFRGS, em outubro de 2013 e 2014. O Laboratório tem como objetivos introduzir a cultura empreendedora no meio acadêmico; incentivar o compartilhamento de experiências; provocar confrontos de práticas acadêmicas com práticas empreendedoras, e despertar o interesse do participante pela cultura empreendedora, sendo este capaz de se conhecer e desenvolver sua capacidade de empreender, aprendendo a identificar oportunidades, e a condição de criar um novo negócio. Baseado na interdisciplinaridade, representada pelas diversas formações, esta ação visa a conscientizar os participantes, de que habilidades complementares agregadas qualificam ações empreendedoras e estimulam a inovação.

Na primeira edição do Laboratório de Empreendedorismo, 86 alunos da UFRGS se inscreveram, 30 foram selecionados e 27 concluíram o curso. Já na segunda edição do curso, 138 alunos da Universidade se inscreveram, 31 foram



Figura 1 - Integrantes do 1º Laboratório de Empreendedorismo na UFRGS

selecionados e 26 concluíram o curso.

Por ser transversal a todas as áreas de conhecimento, as duas edições abrangeram participantes de diversas áreas de formação acadêmica, alcançando 22 cursos na segunda edição.

Dimensões do Laboratório de Empreendedorismo

O Laboratório de Empreendedorismo envolve dinâmicas, trabalhos de preparação e ações orientadas, visando a despertar nos participantes um espírito combinado de engajamento, confiança, criação, trabalho, respeito e prática. Os conteúdos desenvolvidos envolvem duas dimensões: a comportamental e a tecnológica.

A dimensão comportamental diz respeito à motivação do empreendedor, podendo ser concretizada e promovida através da metodologia do *Design Thinking*, desenvolvida por Tim Brown (2008) como uma abordagem centrada no aspecto humano, destinando-se a resolver problemas e ajudar pessoas e organizações a serem inovadoras e criativas. É um conjunto de métodos e processos para a abordagem de problemas. A metodologia é muito usada em processos criativos de solução de problemas, que visam a elevar o nível de inovação. O processo passa pelas fases de informação, análise e proposta de solução.

O *Design Thinking* procura unir diversas perspectivas de solução de problema, priorizando o trabalho colaborativo e multidisciplinar. Resumidamente, a metodologia se propõe a debater com relação a uma temática, e após, feito este processo, indicar o pensamento para a criação e o desenvolvimento de novas ideias, inovação de processos e produtos. O processo colaborativo entre os diversos participantes durante a aplicação da metodologia é imprescindível.

Na dimensão tecnológica são trabalhados aspectos de Inovação, Planejamento Estratégico,

Modelo de Negócios e Plano de Negócios. Por fim, a metodologia de apresentação de um *Pitch*¹ completa a instrumentalização para apresentar os projetos a uma banca examinadora.

É importante identificar quais são as diferenças entre invenção e inovação. Segundo Betz *apud* Barbieri (1999), a inovação começa como invenção, uma ideia de como fazer alguma coisa. Assim, como processo, a inovação tecnológica envolve diferentes agentes e diferentes etapas, sendo a invenção apenas uma delas, embora nem toda invenção se transforme em inovação por diferentes motivos - seja por não estar bem desenvolvida do ponto de vista técnico, seja por não atender às necessidades de mercado.

A estratégia pode ser considerada uma arte de aplicar com eficácia os recursos de que se dispõe, ou de explorar as condições favoráveis de que porventura se desfrute, visando ao alcance de determinados objetivos. Para obter sucesso com as estratégias de inovação, Sutton (2003) aponta que as empresas precisam explorar novos procedimentos e tecnologias para satisfazer a demanda do consumidor, ganhar vantagem sobre seus concorrentes ou para não perder o ritmo. Para mirar o longo prazo, é preciso pensar em estratégia. A gestão estratégica compreende quatro etapas sistêmicas e interligadas: (I) definição da estratégia; (II) planejamento; (III) ação e (IV) avaliação de desempenho.

A definição da estratégia diz respeito à forma como a empresa propõe o seu valor, compreendendo a definição de seus valores, missão, visão e modelo de gestão. A formalização da proposta de valor serve de guia para as próximas etapas da gestão estratégica.

A etapa de planejamento diz respeito à organização dos recursos para o alcance de seus objetivos, definidos na etapa anterior. O planejamento

1. Técnica de apresentação de um negócio ou ideia de negócio para qualquer público.

da empresa deve ser elaborado nos três níveis de decisões: estratégico, tático e operacional. Deve haver indicadores para o acompanhamento do que foi proposto. A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análise ambiental, sendo a base da gestão e do planejamento estratégico numa empresa ou instituição. Pode ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário. Destina-se a posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão. Essas análises de cenário se dividem em ambiente interno (forças e fraquezas) e ambiente externo (oportunidades e ameaças).

A terceira etapa da gestão estratégica é a ação que representa, justamente, a otimização dos recursos, o colocar em prática, alinhado ao que se propôs nas etapas anteriores. Por fim, a avaliação de desempenho compreende a verificação de que houve alinhamento dos esforços, garantindo os resultados planejados. Para isto, é preciso estarem bem definidos os indicadores e um sistema eficiente de informações.

Os últimos aspectos considerados na dimensão tecnológica são o modelo de negócio e o plano de negócio. Os dois são técnicas complementares, mas com características diferenciadas. Um modelo é a representação ou interpretação simplificada da realidade, algo que tenta mostrar de uma forma simples. O modelo de negócio é a explicação de como a empresa funciona e cria valor, ou seja, como a empresa fará dinheiro, qual será ou qual é o modelo de receita, e como as várias áreas e processos de negócio se relacionam, para atingir o objetivo de fazer com que a empresa funcione, gerando valor aos clientes.

O método *Business Model Canvas* foi desenvolvido por Alexander Osterwalder, *expert* em Modelos de Negócios. Segundo Osterwalder e Pigneur (2010), um modelo de negócios descreve os fundamentos de como uma organização cria, entrega e captura valor. O modelo de negócios Canvas é composto de 9 (nove) blocos, que, juntos, descrevem as principais partes de um

negócio.

O desenvolvimento de um plano de negócios estruturado ajuda a delinear e a entender em detalhes o modelo de negócio de uma empresa. O plano de negócios mostrará os custos e as despesas do negócio, o investimento inicial, a máxima necessidade de recursos para colocar a empresa em operação, a estratégia de crescimento, de marketing e vendas, bem como a projeção de receita e o lucro para os próximos anos.

Metodologia do Laboratório de Empreendedorismo

As duas edições do Laboratório de Empreendedorismo na UFRGS foram realizadas durante as Semanas Acadêmicas da Universidade, no segundo semestre de 2013 e 2014, no período da manhã, tendo foco no autoconhecimento, nas características do perfil empreendedor, na percepção e concretização de oportunidades de negócios, e no desenvolvimento de ideias de negócio. Os alunos foram divididos em grupos, formados pelos organizadores, para que cada um fosse o mais interdisciplinar possível. Durante as aulas, cada equipe foi construindo uma ideia de negócio a partir de um desafio proposto pelo corpo docente. Na primeira edição do curso, o desafio foi “Como melhorar a vinda do turista a Porto Alegre na Copa do Mundo de 2014?”. Já na segunda edição a provocação foi “Como facilitar a mobilidade da comunidade entre os Campi da UFRGS?”.

No primeiro dia, trabalhou-se o módulo comportamental, envolvendo o autoconhecimento e as competências do perfil empreendedor. Durante a introdução, os estudantes, após terem recebido as boas vindas, foram convidados a participar de uma dinâmica com o objetivo de se apresentarem aos seus colegas.

Após as apresentações, uma dinâmica foi desenvolvida com o objetivo de que cada estudante

identificasse sua característica comportamental dominante, percebendo o que é “trabalhar na zona de conforto” e o que significa “sair de sua zona de conforto”. Os alunos foram desafiados a identificar as principais características do empreendedor.

A motivação e a concretização da dimensão comportamental foram promovidas através da metodologia do *Design Thinking*, no segundo dia. Diversas ilustrações da aplicação dessa metodologia foram apresentadas através de vídeos e exposição teórica dos professores. O desafio para o desenvolvimento de uma proposta de negócio foi lançado e, ao final desse dia, cada grupo tinha o embrião do negócio a ser desenvolvido.



Figura 2 - Trabalho em grupo, desenvolvendo o *Design Thinking*

A dimensão tecnológica foi desenvolvida durante o terceiro e quarto encontros. No terceiro dia, o foco esteve na compreensão dos aspectos de inovação *versus* invenção, estratégias de inovação e a utilização da ferramenta da análise SWOT. Sempre após a exposição teórica, os alunos eram desafiados a implementar e complementar seus projetos, utilizando as ferramentas apresentadas, o que possibilitava enriquecer o desenvolvimento dos trabalhos.

No quarto encontro, o ponto principal foi o desenvolvimento dos conteúdos de gestão estratégica, modelo de negócio e plano de negócios. Igualmente, os alunos eram incentivados a complementarem seus projetos, analisando e

propondo melhorias.



Figura 3 - Trabalho em grupo, discutindo o modelo de negócio

No último encontro, os participantes foram desafiados a apresentarem um *Pitch* do projeto. Eles deveriam fazer essa apresentação em cinco minutos, defendendo o projeto perante uma banca avaliadora. A banca comentou, questionou e sugeriu modificações relativas a cada projeto apresentado.



Figura 4 - Apresentação do *Pitch* para banca examinadora

Principais Resultados

A apresentação dos negócios criados resultou na criação de cinco serviços e um produto na primeira edição do curso, e de três produtos e três serviços na segunda edição. A banca examinadora, composta por representantes de empresas de investimentos apoiadoras de novos empreendedores, mostrou interesse nos negócios

apresentados e elogiou a qualidade e completude dos projetos. Esses profissionais, sabendo da curta duração do curso, demonstraram sua admiração frente às propostas apresentadas, as quais, na sua grande maioria, poderiam ser desenvolvidas imediatamente com recursos financeiros mínimos e poucas modificações sugeridas. Os membros da banca concluíram que essa experiência de aprendizagem, baseada no compartilhamento de diversas habilidades, corresponde a um caminho de sucesso para introduzir a cultura empreendedora na Universidade, local privilegiado, que concentra conhecimento e é muito propício à inovação.

Discussão e Conclusões

O Laboratório de Empreendedorismo é uma ação multidisciplinar, abrangendo participantes de diversos cursos, o que possibilitou a troca de conhecimento e a ampliação da rede de contatos entre os alunos e ministrantes do curso. As atividades desenvolvidas e aplicadas no curso, abordaram metodologias atuais da área de educação empreendedora, e, muito além de oportunizarem o planejamento de ideias de negócios, focaram no perfil empreendedor, trabalhando com características essenciais da sociedade contemporânea, sendo elas a autonomia, a criatividade, o trabalho em equipe, o *networking*, o aprendizado contínuo,

entre outras.

A avaliação dos resultados foi definida através da participação dos alunos nas atividades propostas, tendo quase 100% de participação. No término do curso foi realizada uma avaliação que buscou verificar: (1) se as expectativas foram alcançadas; (2) o que mais chamou atenção no curso; e (3) de que forma os conhecimentos adquiridos poderão contribuir na sua trajetória. A partir da avaliação da ação junto aos participantes foi possível identificar três vertentes: (1) reforçar suas ambições como empreendedor; (2) aumentar suas motivações para efetuar o percurso acadêmico; e (3) valorizar as aprendizagens periféricas previstas nos seus currículos.

O interesse dos estudantes pela cultura do empreendedorismo foi despertado com o auxílio de metodologias atuais de educação empreendedora, possibilitando a reflexão sobre suas características, e a construção de conhecimento acerca de conceitos relacionados ao empreendedorismo e à inovação. O fato de a educação empreendedora estar relacionada a todas as áreas de formação propicia que os conhecimentos construídos durante o curso possam contribuir na trajetória dos alunos, oportunizando aos estudantes aplicarem este saber, em suas caminhadas acadêmica, profissional e pessoal. ◀

Referências

- BARBIERI, J. **Os inventores no Brasil: tipos e modalidade de incentivos**. RAE, v. 39, n. 2, abr./jun., 1999.
- BRASIL. **Empreendedorismo em alta**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/empreendedor>>.
- BROWN, T. **Design Thinking**. Harvard Business Review. June, 2007.
- ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016**. Disponível em: <https://endeavor.org.br/pesquisa-universidades-empreendedorismo-2016/>.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil – 2015: Relatório Executivo**. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf).
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation**. 1. ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2010. 288 p.
- SUTTON, R. **Weird ideas that spark innovation**. Sloan Management Review. MIT, v. 43, n. 2. In: HSM Management jan./feb., p 86-92, 2003.