

1. INTRODUÇÃO

Numa leitura geral, pode-se conceber que o ensino do empreendedorismo nas universidades seja algo restrito ao curso de Administração, o que não é verdade. Em outras graduações como, por exemplo, Contabilidade, o empreendedorismo existe como uma das disciplinas trabalhadas em universidades brasileiras (Santos *et al.*, 2024). Além disso, o empreendedorismo no campo universitário não se limita apenas aos alunos, posto que as universidades por meio de parcerias com empresas podem ajudar a fomentar ideias inovadoras no campo do empreendedorismo, seja por meio de treinamentos, incubadoras e financiamento (Martínez-Ríos *et al.*, 2023).

Ao ser observado pelo prisma do desenvolvimento socioeconômico, o empreendedorismo quando praticado corretamente gera muitas benesses para a sociedade. Os governos são beneficiados com o pagamento de tributos, a economia é movimentada, há a geração de emprego e os clientes passam a ter mais opções de escolha, seja ela de produtos ou serviços. Todo esse cenário e sua respectiva materialização perpassa pelo senso aguçado dos empreendedores em saber encontrar as oportunidades certas para o desenvolvimento de seu negócio (Costa, 2021).

As universidades brasileiras ao trabalharem essa questão do empreendedorismo, estão demonstrando aos alunos que existem outras opções de obtenção de renda além do emprego formal (Costa, 2021). As ações empreendedoras representam as dinâmicas que influenciam positivamente na economia (Nguyen, 2020). Este binômio oportunidade-ação é uma das situações que caracterizam o trabalho dos empreendedores, sendo isso uma condição *sine qua non* para que o empreendedorismo seja consolidado por meio do fazer e empreender, gerando benefícios múltiplos (Boava; Macedo, 2009).

O estudo apresenta como objetivo geral elucidar sobre o empreendedorismo nas universidades brasileiras por meio de um estudo multicase. Para tanto, os objetivos específicos delineados foram estes: a) descrever o escopo conceitual de empreendedorismo; b) abordar sobre o empreendedorismo nas universidades, e; c) demonstrar os resultados do estudo multicase embasado na literatura científica nacional.

Quanto a sua justificativa, o estudo é embasado em duas dimensões, sendo a primeira delas de fulcro teórico. Visa não apenas identificar de que forma a temática do empreendedorismo vem sendo trabalhada na literatura, como também representar uma colaboração quanto ao robustecimento do estado da arte do empreendedorismo nas universidades. Isto corrobora com a visão presente em Nascimento-e-Silva (2020), a qual advoga a favor da realização de estudos que possam elevar o patamar de conhecimento de uma determinada temática, tornando mais forte seu respectivo estado da arte.

O segundo motivo que suscitou a pesquisa é prático e tem por intuito descrever por meio de um estudo multicase de que maneira o empreendedorismo vem sendo trabalhado nas universidades brasileiras. Reitera-se que o trabalho referente as ações orientadoras não é algo exclusivo do curso superior de Administração, abrangendo outros segmentos (Santos *et al.*, 2024). Além disso, as universidades podem adotar uma postura mais presente no que tange ao empreendedorismo universitário, fomentando com maior nível de frequência a cultura empreendedora junto aos seus graduandos (Lopes *et al.*, 2021).

2. EMPREENDEDORISMO: CONCEITUALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

Soma-se a essas situações a capacidade do empreendedor em inovar. Quando se aborda o tema da inovação, está se fazendo menção a competência de se fazer o novo, de maneira que este novo traga consigo alguma vantagem competitiva que justifique a sua respectiva adoção (Nascimento-e-Silva, 2017). Depreende-se que a inovação representa um fator imperioso para a sobrevivência de qualquer negócio, sendo ela um item mandatário para fazer frente a imprevisibilidade do mercado (Itani; Kalra; Rostami, 2024).

Ao inovar, os empreendedores criam para suas unidades de negócio vantagens competitivas que são essenciais para fazer frente aos seus respectivos concorrentes (Tajeddini *et al.*, 2024)). O chamado diferencial competitivo pode se refletir em fatores como preço, atendimento, pós-vendas, assistência técnica, qualidade do produto ou serviço, dentre outros. Tal situação é importante não somente para que o empreendedor tenha sua carteira de clientes consolidada, como também consiga fidelizar outros clientes, o que, por conseguinte, influencia positivamente em seu fluxo de caixa (Mendes, 2022).

Empreender também implica no conhecimento do mercado, o que, por conseguinte, demanda uma análise constante do ambiente interno e externo à organização (Silva *et al.*, 2021). Este é um procedimento básico a ser trabalhado, com vistas a perceber não somente as possíveis ameaças que possam existir, mas também, e principalmente, as oportunidades do ambiente externo, as quais favorecem a consecução dos objetivos pretendidos (Pinto, 2021).

Cumprir registrar também sobre a interface que o empreendedorismo possui com a área da Administração, sendo ele uma de suas principais vertentes de estudo. Uma das ações primordiais para o nascimento de novos empreendimentos é o plano de negócios (Moreira; Souza, 2024). Infere-se que a feitura correta dessa ferramenta auxilia o empreendedor a ter uma visão mais assertiva a respeito do negócio que se pretende fazer funcionar. A magnitude desta ferramenta está vinculada não somente para ajudar o empreendedor a tomar as melhores decisões, como também abarca a questão imanente ao empirismo, o qual é representado pela adoção de improvisos que, além de não serem recomendados, podem culminar em insucesso gerencial (Belbin, 2011; Nascimento-e-Silva, 2017; Romme, 2016).

Além do planejamento, outra função gerencial que é afeta ao empreendedorismo é o processo de organização, fase essa que basicamente lida com recursos (Oliveira; Nascimento-e-Silva, 2020). Cumprir aclarar que recursos não abrangem apenas monetário: o trabalho, a tecnologia, os espaços físicos e as pessoas também são recursos (Silva, 2019). Um dos fatores de diferenciação dos empreendedores de sucesso é a sua capacidade de gerenciar recursos de forma eficiente, o que abarca também a questão atinente a prestação de contas (Alagrash *et al.*, 2019; Mendes, 2022).

Além do planejamento e da organização, cumprir destacar a questão da direção, sendo essa a terceira etapa do processo gerencial (Nascimento-e-Silva, 2011). Um dos subitens que se mostra condizente com a prática empreendedora diz respeito a liderança. Cardoso (2023) advoga a favor da ideia de que uma das formas de o líder ganhar a confiança de seus liderados é sendo um exemplo para eles. Costa (2021) complementa este ponto de vista ao dizer que os empreendedores são líderes ao movimentar pessoas e recursos em prol da consecução de seus objetivos organizacionais (Nunticha; Kajornathapol, Siyaphat, 2024. Tsaples; Papathanasiou; Manou, 2024).

Além da liderança, infere-se que nos empreendedores é potencializada a questão referente a habilidade de saber lidar com as demais pessoas, além de seus empregados. Mesmo que o empreendedor não conheça ou nunca ouviu falar em termos como Neurolinguística e técnicas de persuasão, sabe-se que estes elementos são fundamentais para que ele consiga no seu cotidiano convencer pessoas e vender suas ideias por meio de suas habilidades interpessoais (Cardoso, 2023; Silva *et al.*, 2021).

Outro ponto que é conexo ao trabalho dos empreendedores é o processo de controle. Em síntese, controlar significa comparar aquilo que foi planejado com o que de fato foi entregue, de maneira que entre essas duas variáveis as discrepâncias sejam mínimas (Silva, 2019). O controle é necessário para que o empreendedor saiba com precisão se seus intentos pretendidos estão de fato sendo alcançados, o que pressupõe o êxito na condução do negócio. Cenários que se mostrem diferentes disso devem ser analisados criteriosamente, para fins de retificação e melhoria contínua (Danese; Romano; Suni, 2024).

2.1 EMPREENDEDORISMO NAS UNIVERSIDADES

Conforme Oliveira (2019), as universidades são organizações vistas como sistemas abertos, as quais influenciam e são influenciadas pelo seu respectivo ambiente externo. Sabe-se que, no contexto hodierno, as universidades brasileiras se veem diante do constante desafio de formar profissionais diferenciados, o que, dentre outros fatores, engloba o fomento a ideias inovadoras, criatividade e concretização de oportunidades (Agostini 2016; Costa, 2021). O desenvolvimento destes prismas atitudinais mostra-se pertinente, em especial com relação a sua aplicabilidade na vida do estudante, pois o término de uma graduação é permeado pela superação de dificuldades e desafios (Landström; Harirchi, 2019).

Uma das situações conexas ao empreendedorismo universitário diz respeito ao estímulo de ideias inovadoras. Isto significa dizer que um dos desafios das universidades no contexto contemporâneo é conseguir despertar nos seus educandos a capacidade de inovar e, por conseguinte, fornecer soluções adequadas para problemas reais conexos a sua atuação profissional (Farroñan *et al.*, 2023). Infere-se que essa habilidade de inovar possui relação indissociável com o empreendedorismo, o que se explica não somente pela necessidade de se realizar inovações em prol da sobrevivência dos negócios, mas também para que haja a devida diferenciação junto aos demais *players* do mercado, configurando-se assim os diferenciais competitivos (Tajeddini *et al.*, 2024).

Numa visão mais voltada ao campo do curso superior de Administração, este despertar de ideias inovadoras mostra-se positivo também para compor o rol atitudinal dos alunos, com vistas a enfrentar as instabilidades que caracterizam o mercado (Longo, 2014). Questões envoltas ao empreendedorismo e inovação podem ser trabalhadas em situações específicas da formação do estudante, como, por exemplo, os projetos de monografia. Esta ideia é presente em Araque, Amézquita e Amézquita (2023), cujo estudo relata que o empreendedorismo nas universidades não pode se limitar apenas a existência de uma disciplina numa grade curricular, mas abarcando também a propiciação de experiências que ajudem os graduandos no que tange a compreensão dos meandros do empreendedorismo, o que pode ser trabalhado nos projetos de monografia.

Outra questão imanente ao empreendedorismo nas universidades engloba também a questão dos desafios que são inerentes as atividades desenvolvidas neste segmento de atuação.

Conforme Costa (2021), além da capacidade de detecção de oportunidades, os empreendedores também se destacam pela sua resiliência, no sentido de envidar os esforços necessários para a continuidade das atividades de seus empreendimentos. Por outro lado, o fomento da cultura empreendedora junto aos alunos é uma forma de mostrar a eles que há outros caminhos que lhes permita viver com independência e satisfação ao optarem pela abertura do próprio negócio (Araque; Amézquita; Amézquita, 2023).

Os desafios atinentes ao empreendedorismo também se mostram presentes no que tange ao seu ensino nas universidades. Isto é demonstrado pelo estudo feito por Ballesteros *et al.* (2023), o qual diz que embora o fomento ao empreendedorismo universitário possa gerar benefícios em muitas áreas, é necessário suplantar os desafios inerentes a esse processo, sendo um deles a necessidade de alinhamento entre os objetivos das universidades e as aspirações de vida dos alunos. Outro ponto mencionado por Ballesteros *et al.* (2023) diz respeito a questão da propriedade intelectual, o que é algo mais voltado para aquelas ideias inovadoras que se destacam por serem pouco usuais ou inéditas, mas que enfrentam processo demasiadamente burocrático com relação a formalização de suas patentes.

O empreendedorismo universitário tem como uma das suas partes interessadas as próprias instituições de ensino superior. Esta dimensão do empreendedorismo visa não apenas o desenvolvimento atitudinal dos estudantes, mas também a geração de ideias e projetos que possam ser disseminados para a sociedade. Esta visão é demonstrada pelo estudo de Chafi, Mehdi e Asadi (2024), o qual diz que as universidades representam espaços onde os conhecimentos científicos são transformados em tecnologias e inovações, lógica essa que pode ser aplicável ao empreendedorismo, mais precisamente, na forma de ideias de negócios que ajudem a fomentar nos alunos a cultura empreendedora (Lops *et al.*, 2021). Tal situação corrobora com o pensar presente em Oliveira (2019), cujo estudo diz que as universidades devem exercer dialogismo constante com sua comunidade externa, sendo a exposição dos conhecimentos e saberes junto ao público externo um dos meios para tal finalidade.

Outra situação que justifica o ensino do empreendedorismo nas universidades é o fato de os empreendedores serem figuras muito relevantes para a dimensão econômica do país (Baggio; Baggio, 2014). Os agentes do empreendedorismo possuem visão mais arrojada e objetiva para resolver problemas e suas ideias ajudam a gerar e potencializar negócios que contribuem com a construção de uma pujança econômica (Costa, 2021). Neste diapasão, as universidades convivem com o desafio de ir não somente formar egressos de acordo com o perfil de seus cursos, mas também, desenvolver em seus alunos uma cultura empreendedora que lhes permita obter melhores condições de vida, além da possibilidade da colaboração com a transformação positiva da sociedade (Josgrilberg; Mello, 2023).

3. METODOLOGIA

Conforme Baixinho e Costa (2020), as pesquisas científicas devem se notabilizar pela sua respectiva confiabilidade, transparência e qualidade (Capocasa; Volpi, 2019; Kager *et al.*, 2024). Severino (2014) corrobora com este ponto de vista, ao chamar a atenção para a questão dos métodos, mais precisamente, a necessidade de assertividade quanto ao seu uso para fins de realização de descobertas científicas. Neste sentido, cumpre registrar que um dos esteios teóricos do estudo diz respeito a feitura de pesquisa bibliográfica. Infere-se que a sua respectiva prática engloba a consulta junto a livros, artigos, dissertações, teses e demais materiais cujo teor seja tido como pertinente ao embasamento de uma dada construção textual (Gil, 2019; Zanella, 2013).

Para tanto, foi necessário efetuar averiguações junto as bases de dados. Tanto Nascimento-e-Silva (2020) como Silva (2019) salientam que as bases de dados são os portais eletrônicos ou repositórios recomendados pela ciência, cujo acervo é formado por materiais que podem suprir adequadamente as perguntas norteadoras de pesquisa. Neste sentido, procedeu-se com a busca de materiais junto as bases de dados como o *Google Acadêmico*, o Portal de Periódicos da Comissão Permanente de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, bem como a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações – BDTD. Isto mostrou-se necessário tanto para o embasamento do trabalho, como também para a construção dos resultados.

Outra característica imanente ao estudo diz respeito a pesquisa explicativa. Esta vertente metodológica se notabiliza por apresentar uma listagem dos principais fatores que corroboram para a ocorrência de um dado fenômeno (Vergara, 2016). No que se refere a sua perspectiva, enfatiza-se que o estudo se caracteriza pela dimensão mista, o que no entender de Oliveira (2019) é aquela pesquisa cujos dados englobam tanto fatores qualitativos como também quantitativos, sendo que ambas as perspectivas podem ser trabalhadas de maneira combinada.

Além destes aspectos já mencionados, esta construção textual também fez uso de um estudo do tipo multicase. Para Martins (2021), os estudos do tipo multicase representam uma abordagem mais abrangente dos estudos de casos simples. A opção de trabalhar sob a ótica dos multicase foi adotada com vista a possibilidade de se fazer correlações entre os casos selecionados, conforme apontado por Soares e colaboradores (2021). Esta é uma perspectiva que não é possível de ser trabalhada nos estudos de casos singulares, os quais se caracterizam por serem contemporâneos e realizados com vistas ao entender o comportamento dos fenômenos estudados (Yin, 2015). Foram selecionados 3 casos na literatura científica nacional, os quais foram descritos por meio de breves contextualizações seguidas dos seus respectivos resultados.

4. RESULTADOS

Neste trecho do estudo são apresentados os casos múltiplos que foram selecionados para compor a parte atinente aos resultados da pesquisa. O primeiro dos casos escolhidos é o da autoria de Reis *et al.* (202), cujo nome é “Práticas de empreendedorismo nas Universidades Federais Mineiras: uma análise no ensino, pesquisa e extensão”. Este estudo feito por Reis e colaboradores (2022) se caracterizou pela realização de pesquisa bibliográfica acompanhada da comparação com a realidade vista em 11 sites de universidades federais mineiras, processo esse que foi complementado por contato telefônico junto a representantes das instituições de ensino superior analisadas neste estudo.

No estudo de Reis *et al.* (2022), a questão do ensino de empreendedorismo foi checada por meio da análise das matrizes curriculares. Os resultados deste levantamento feito por Reis e colaboradores (2022) abarcou os seguintes aspectos: a) Instituição de ensino superior (IES); b) número de cursos; c) número de disciplinas diferentes; d) porcentagem de aula teórica; e) porcentagem de aula prática; e) porcentagem de disciplina obrigatória, e; f) porcentagem de disciplina eletiva. O Quadro 1 exhibe os resultados deste levantamento.

Quadro 1: Análise dos cursos relacionados ao empreendedorismo em 11 universidades mineiras

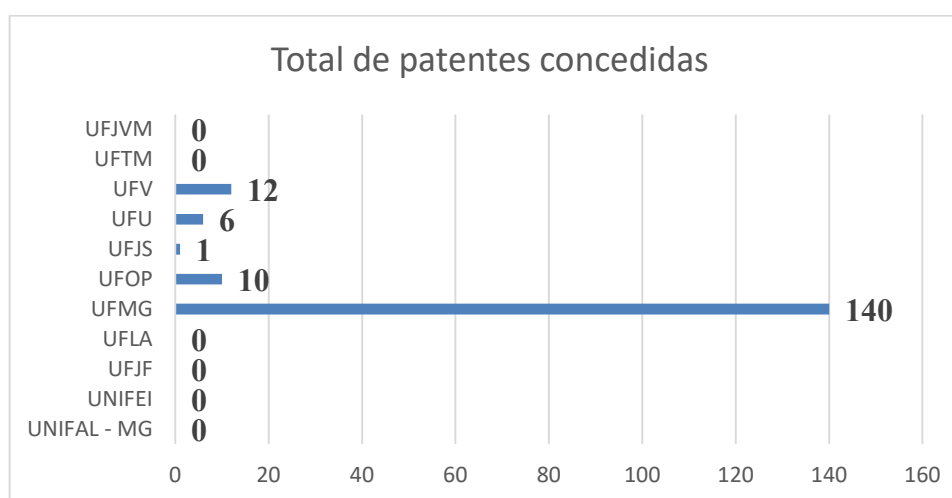
IES	n° de cursos	n° de disciplinas diferentes	% de aula teórica	% de aula prática	% de disciplina obrigatória	% de disciplina eletiva
UNIFAL- MG	4	1	100	0	100	0
UNIFEI	14	12	100	0	53,38	47,62
UFJF	3	6	100	0	25	75
UFLA	20	5	100	0	10	90
UFMG	5	3	81,25	18,75	50	50
UFOP	17	8	72,08	26,92	23,8	76,2
UFSJ	2	3	83,34	16,66	100	0
UFU	5	3	87,5	12,5	80	20
UFB	8	6	100	0	25	75
UFTM	4	2	100	0	0	100
UFJVM	9	2	100	0	33,33	66,67

Fonte: Reis *et al.* (2022).

Como se pode observar, dentre as universidades investigadas por Reis e colaboradores (2022), a Universidade Federal de Lavras (UFLA) é a que apresenta o maior montante de cursos, seguida pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI), com 17 cursos cada uma. Chama a atenção o fato de que somente 4 das 11 universidades analisadas por Reis *et al.* (2022) oferecerem aulas práticas no campo do empreendedorismo, uma vez que segundo Kuenzer (2014), o aprendizado torna-se mais profícuo quando há o dialogismo entre a teoria e a prática.

O empreendedorismo na pesquisa foi trabalhado por Reis *et al.* (2022) tendo como um dos parâmetros de avaliação o total de patentes concedidas. Isto é exibido no Gráfico 1 abaixo em destaque:

Gráfico 1: Total de patentes concedidas em 11 universidades mineiras



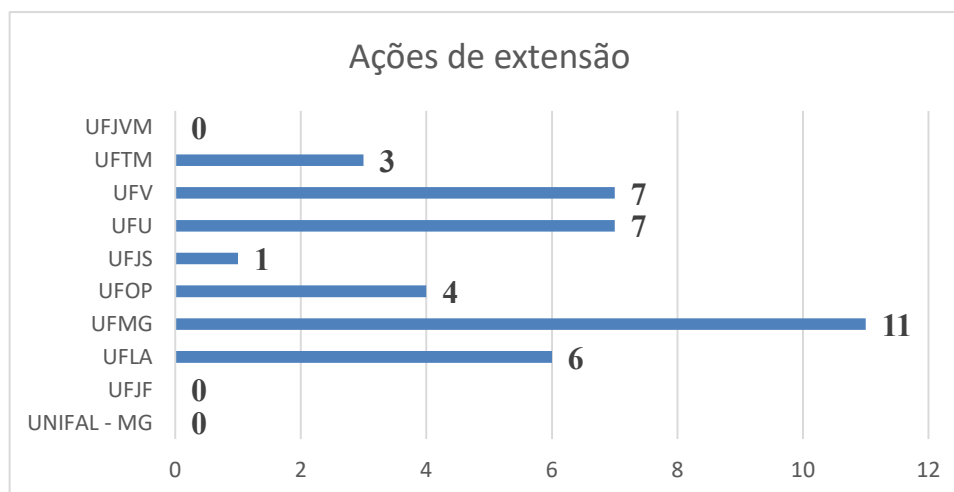
Fonte: Reis *et al.*, (2022).

O que chamou a atenção nesse levantamento de Reis *et al.* (2022) foi o cenário deveras desigual entre as universidades, com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) se destacando pela sua notável prevalência. O fato de outras universidades não terem nenhuma patente registrada remete ao estudo de Lopes *et al.* (2021), o qual relata que muito além da oferta de disciplinas, as universidades precisam assumir um compromisso de assumir como valor organizacional a cultura empreendedora, o que abarca o trabalho de todas as suas áreas em prol deste intento almejado.

No caso da UFMG, ao menos com relação a obtenção de patentes, esse processo está bem consolidado, o que denota o papel desempenhado por essa IES no sentido de, por meio do empreendedorismo, gerar soluções inovadoras para a sociedade (Farroñan *et al.*, 2023). O número elevado de patentes sugere que esta universidade conhece os meandros necessários para a obtenção de patentes, o que representa uma postura proativa da universidade com relação ao empreendedorismo (Chafi; Mehdi; Asadi, 2024).

Outro levantamento feito por Reis *et al.* (2022) diz respeito às ações de extensão, o que está exposto no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Ações de extensão em 11 universidades mineiras



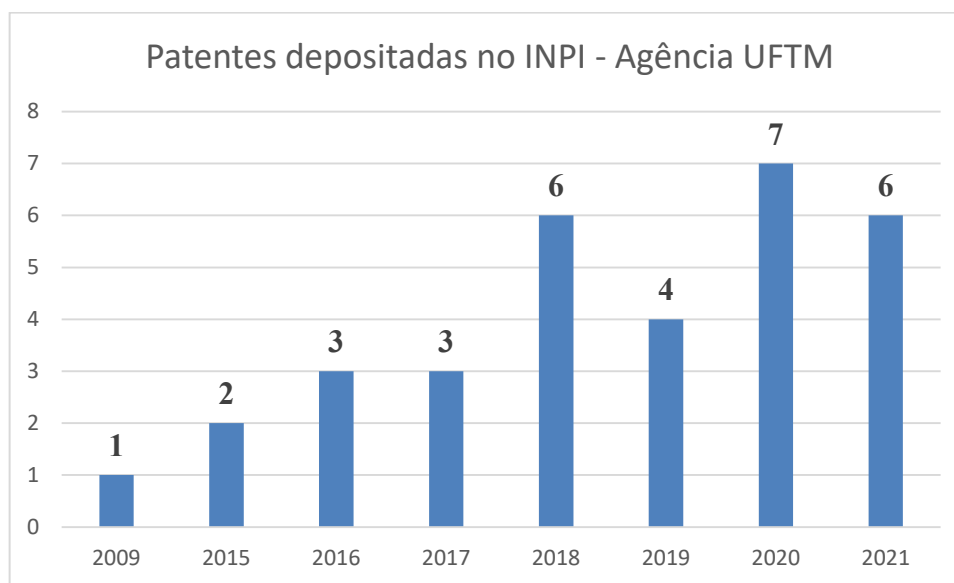
Fonte: Reis *et al.*, (2022).

Sobre esses resultados, cumpre mencionar que a UNIFEI não entrou no levantamento pois os dados não foram disponibilizados segundo Reis *et al.* (2022). Com relação à extensão, a UFMG novamente demonstrou seu poder de força, com 11 ações ao todo. Conforme Oliveira (2019), as ações extensionistas são positivas, pois servem como forma de as universidades estreitarem seus laços com a comunidade externa, além de servir como espaço para a troca de conhecimentos e divulgação dos saberes que a universidade produz.

O segundo caso aqui em destaque é da autoria de Arantes *et al.* (2022), o qual tem por nome “Impulsão da inovação e empreendedorismo em universidade brasileira no contexto da pandemia do Covid-19”. Este estudo feito por Arantes *et al.* (2022) a exemplo do que fora visto em Reis *et al.* (2022) foi desenvolvido junto a universidade mineira, mais precisamente, a Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), em especial a Agência UFTM de Inovação. A metodologia adotada por Arantes *et al.* (2022) foi a pesquisa descritiva e exploratória (Vergara, 2016).

Numa linha de pensamento parecida com o que se viu em Reis *et al.* (2022), o estudo de Arantes *et al.* (2022) fez alguns levantamentos a respeito da Agência UFMT de Inovação. O primeiro deles diz respeito as patentes depositadas no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), conforme se pode ver no Gráfico 3 conforme Arantes e colaboradores (2022).

Gráfico 3 – Patentes depositados no INPI – Agência UFTM Inovação



Fonte: Arantes *et al.*, (2022).

Como se pode observar, neste levantamento feito por Arantes *et al.* (2022), o ano de 2020, onde a pandemia eclodiu para o mundo, foi o mais prolífico com relação ao depósito de patentes no INPI, com o total de 7 registros. Entretanto, Arantes *et al.* (2022) chama a atenção para a necessidade da Agência UFMT Inovação passar a ter uma atuação mais proativa em prol da busca por apoio governamental, bem como o estreitamento com o setor produtivo, o que na visão destes autores completa a tríade do que a literatura chama de A Tríplice Hélice da Inovação. Isto reitera o que é dito por Oliveira (2019) com relação ao fomento ao dialogismo das universidades com os demais segmentos existentes na sociedade. Assim, pode-se aventar possibilidades de projetos que apoiem ideias inovadoras, o que, por conseguinte, estimula o desenvolvimento socioeconômico (Costa, 2021; Degen, 2009).

O terceiro caso aqui ilustrado é da autoria de Santos *et al.* (2024) e tem por nome “Aplicabilidade da disciplina de empreendedorismo nos cursos de graduação em ciências contábeis”. A exemplo de Reis *et al.* (2022), este estudo de Santos *et al.* (2024) se notabilizou por analisar 09 universidades federais brasileiras e suas respectivas estratégias no campo do ensino do empreendedorismo. Uma das situações vistas por Santos e parceiros (2024) foi a questão das práticas pedagógicas adotadas por estas IES, conforme se pode ver no Quadro 2.

Quadro 2: Práticas pedagógicas para o ensino do Empreendedorismo em 9 universidades federais brasileiras

Práticas pedagógicas	IES	%
Criação e avaliação de plano de negócios	UFPB, UFPI e URFN	75
Elaboração e apresentação de seminários	UFAL, UFPB e UFPI	25%
Estudos de caso	UFPB e URFN	50%
Casos de ensino	UFAL e UFPI	50%

Fonte: Santos *et al.* (2024).

Neste levantamento feito por Santos *et al.* (2024), não constam, respectivamente: a) Universidade Federal da Bahia; b) Universidade Federal do Ceará; c) Universidade Federal do Maranhão; d) Universidade Federal do Pernambuco, e; e) Universidade Federal de Sergipe. Conforme se pode observar, a criação e avaliação de planos de negócio é a estratégia mais usada pelas universidades investigadas em suas práticas pedagógica. Este é um exercício que não somente alia a teoria com a prática (Kuenzer, 2014), como também faz com que os graduandos tenham uma ideia da rotina afeta aos empreendedores na fase inicial de seu negócio, a qual exige planejamento, visão de negócio, estudo de mercado, dentre outros (Autor, X).

O segundo ponto do estudo de Santos *et al.* (2024) engloba a questão referente as formas de avaliação do empreendedorismo em cursos de Ciências Contábeis. O Quadro 3 exhibe os resultados para esse levantamento.

Quadro 3 – Formas de avaliação do empreendedorismo em universidades federais brasileiras

Práticas de avaliação	IES	%
Realização de provas	UFAL, UFPB, UFPI e UFRN	100%
Seminários e exercícios	UFAL e UFPB	75%
Estudos de caso	UFPB e URFN	50%
Participação em sala de aula	UFPI e UFRN	50%

Fonte: Santos *et al.* (2024).

Conforme se pode observar, a prática mais predominante nas universidades analisadas por Santos *et al.* (2024) é a realização de provas, o que segundo Valle, Nascimento-e-Silva e Silva (2020), é a forma mais tradicional de avaliação no contexto educacional. Dentre as demais situações evidenciadas, convém mencionar sobre a questão da participação nas aulas, o que segundo Zabala (2015) representa um método mais global de avaliação, com os alunos demonstrando a assimilação dos conceitos aprendidos por meio de suas atitudes.

Santos e colaboradores (2024) entendem que o maior desafio no contexto do ensino de empreendedorismo é não se apoiar tanto em métodos tradicionais e enfatizar junto aos acadêmicos aspectos como o engajamento e o desenvolvimento de ideias inovadoras (Farroñan *et al.*, 2023). Isso exige o compromisso de toda a universidade no sentido de apoiar e fomentar junto ao seu alunado as dimensões conexas a cultura empreendedora (Lopes *et al.*, 2021).

5 CONCLUSÃO

O estudo teve como objetivo geral elucidar sobre o empreendedorismo nas universidades brasileiras por meio de um estudo multicase. A prática investigativa permitiu constatar que o empreendedorismo representa uma das vigas mestras da dimensão econômica, posto que, por meio dele, empregos novos são gerados, os governos são beneficiados com o pagamento de tributos e os clientes possuem novas opções de escolha. Nesse sentido, além das dimensões práticas que são próprias dos negócios de sucesso, há também a necessidade de ensino do empreendedorismo, sendo as universidades o ambiente propício para tal finalidade.

Quanto ao objetivo específico 1: “Descrever o escopo conceitual de empreendedorismo”, constatou-se que o ato de empreender representa uma tomada de decisão no sentido de envidar negócios que outrora não existiam na prática, mas sim, apenas na mente dos empreendedores. Percebeu-se que empreender é algo que abrange muitas dimensões atitudinais, como, por exemplo, saber planejar os passos do negócio, gerenciar corretamente os recursos, liderar pessoas e controlar constantemente os resultados. Assim, nota-se que empreender não é apenas ter uma ideia de negócio e levar ele em frente. Isto abarca uma série de competências que são próprias de quem empreende, de uma maneira que os empreendedores se diferenciam das demais pessoas por conta de suas habilidades e expertises.

No que tange ao objetivo específico 2: “Abordar sobre o empreendedorismo nas universidades”, depreendeu-se que, diante das muitas mudanças que são afetadas ao mundo moderno, as IES se veem diante do desafio de formar profissionais cada vez mais completos. Isto abarca a capacidade de empreender e de inovar, situações essas que não se restringem apenas ao mundo dos negócios, abrangendo também outras dimensões da vida. Além disso, o empreendedorismo pode ajudar as próprias universidades, seja pelo registro de patentes, seja pela parceria com o governo e a indústria, o que é conhecido como Tríplice Hélice da Inovação.

Atinente ao objetivo específico 3: “demonstrar os resultados do estudo multicase embasado na literatura científica nacional”, foi possível observar que os casos se notabilizaram por uma abordagem mais voltada para a aferição de desempenho das universidades quanto ao empreendedorismo. Somente um dos casos, mais precisamente o terceiro, se ateve a questões mais pedagógicas, não se preocupando tanto em levantar dados qualitativos. A leitura geral que se faz desse panorama é que o ensino do empreendedorismo precisa ser mais fomentado nas escolas, o que abrange um esforço de todos os segmentos da IES no que tange a difusão da cultura empreendedora.

Essa disseminação engloba o diálogo entre a teoria e a prática. Além disso, é necessário que os currículos sejam condizentes com essa interação, de maneira que o estudante consiga perceber os meandros práticos imanentes ao ato de empreender. Situações como resiliência, criatividade, planejamento, visão de negócio e análise de cenários são apenas alguns dos muitos aspectos que podem ser trabalhados no contexto educacional do empreendedorismo. O estudo apresenta como limitação o fato de ter focado suas atenções somente em 3 casos, o que em estudos futuros pode ser ampliado por meio de revisões sistemáticas ou bibliometria. O estudo se encerra, sugerindo um levantamento mais aprofundado sobre a Tríplice Hélice da Inovação e seus efeitos nas IES brasileiras.

REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, M.R. Correlação entre diferentes terminologias no contexto do terceiro setor: Inovação social X Empreendedorismo social X Empresa social X Negócio Social. In: IV CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS. **Anais...**Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 19 a 21 de outubro de 2016.
- ALAGRASH, Y. *et al.* Comparing the area of data mining algorithms in network intrusion detection. *Journal of Information Security*, v. 11, n. 01, p. 1, 2019.
- ARANTES, C.N. *et al.* Impulsioneamento da inovação e empreendedorismo em universidade brasileira no contexto da pandemia de Covid-19. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologias**, v.10, n.2, p. 201 – 218, 2022.
- ARAQUE, W.O.; AMÉZQUITA, M.L.D.; AMÉZQUITA, S.M.D. Monographic projects in the promotion of university entrepreneurship. **Migration Letters**, v.20, n.1, p. 1285 – 1309, 2023.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n.o 1, p. 25-38, 2014
- BAIXINHO, C. L.; COSTA, A. P. Credibilidade científica do pesquisador e transferência do conhecimento. **Escola Anna Nery**, v. 2, p. 1 -2, 2020.
- BALLESTEROS, L.A.A. *et al.* University entrepreneurship. **South Florida Journal of Development**, v.4, n.6, p. 2504 – 2516, 2023.
- BELBIN, R. M. Management teams: Why they succeed or fail. **Human Resource Management International Digest**, v. 19, n. 3, 2011.
- BOAVA, D.L.T.; MACEDO, F.M.F. Sentido axiológico do empreendedorismo. In: XXXIII ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓSGRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD. **Anais...**São Paulo, v.33, 2009.
- CAPOCASA, M.; VOLPI, L. The ethics of investigating cultural and genetic diversity of minority groups. **J. Comp. Hum. Biol.**, v.70, n.3, p.233-244, nov. 2019.
- CARDOSO, C.S. **Proposição de um constructo de liderança feminina sem estereótipos de gênero**. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2023.
- CHAFI, M.; MEHDI, R.; ASADI, M. Evaluating the higher education policies in terms of political development indicators in the Islamic Republic of Iran. **Int. J. Nonlinear Anal. Apl.**, v.15, p. 7, p. 125 – 133, 2024.
- COSTA, L.M.C. **As interfaces entre teórico-práticas entre a economia criativa e a educação profissional e tecnológica**. 2021. Dissertação (Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Manaus, 2021.

DANESE, P.; ROMANO, P.; SUNI, H. A.M. Implementing lean management in hospitals: a survey on social and technical outcomes of kaizen initiatives. *International Journal of Production Research*, p. 1-21, 2024.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

FARROÑAN, E.V.R. *et al.* Female University Entrepreneurship: a competitive factor to strength the professional profile of female university students. **Academic Journal of Interdisciplinary Studies**, v.12, n.5, p. 94 – 104, 2023.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

ITANI, O. S.; KALRA, A.; ROSTAMI, A. How does big data affect organizational financial performance in turbulent markets? The role of customer-linking and selling capabilities. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 201, p. 123221, 2024.

JOSGRILBERG, F.B.; MELLO, R.C.H. A disciplina de empreendedorismo nos currículos dos cursos de mestrado e doutorado no Brasil. **Peer Review**, v.5, n.20, p.514 – 528, 2023.

KAGER, K. *et al.* A systematic review of transparency in lesson study research: how do we report on the observation and reflection stages?. In: **Frontiers in Education**. Frontiers Media SA, 2024. p. 1322624.

KUENZER, A. Z. **Educação profissional**: desafios e debates. Curitiba: Instituto Federal do Paraná, 2014.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G. That's interesting in entrepreneurship research. **Journal of Small Business Management**, v.57, p. 509 – 529.

LONGO, W. **Marketing e comunicação na era pós-digital**. São Paulo: HSM do Brasil, 2015.

MARTINS, A.F. **Estudo multicase sobre as estratégias de estudo e performance de cantores líricos**. 2021. Dissertação (Mestrado em Música). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

MARTÍNEZ-RÍOS, L. *et al.* The capacity for technological innovation and level of entrepreneurship in the students of the National University of Cañete. **Data and Metadata**, v.2, n. 229, p. 1 – 28, 2023.

MENDES, S.A.T. **Planejamento orçamentário como ferramenta de gestão para o agronegócio na Amazônia**. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2022.

NASCIMENTO-E-SILVA, D; **O processo gerencial**. Manaus: IFAM, 2011.

NASCIMENTO-E-SILVA, D. Gestão de organizações de ciência e tecnologia: ferramentas e procedimentos básicos. Saarbrücken: Novas Edições Acadêmicas, 2017.

NASCIMENTO-E-SILVA, D. **Manual do método científico-tecnológico**: versão sintética. Florianópolis: DNS Editor, 2020.

NGUYEN, T.T. Impact of entrepreneurship environmental support factors to university student's entrepreneurship self-efficacy. **Management Science Letters**, v.10, p.1321-1328, 2020

NUNTICHA, P.; KAJORNATTHAPOL, P.; SIYAPHAT, S. The Organizational Culture and Internal Control Efficiency Mirror the Operational Outcomes of Private Higher Education Institutions in Thailand. **International Journal of Religion**, v. 5, n. 7, p. 885-895, 2024.

OLIVEIRA, E.S. **Criação de um portfólio de cursos de extensão para o Campus Itaituba da Universidade Federal do Oeste do Pará**. 2019. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Manaus, 2019.

PINTO, R.A.A. **Modelos de ambidestria e desempenho em inovação: um estudo exploratório no grupo Saint Gobain**. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2021.

REIS, L.P. *et al.* Práticas empreendedoras nas Universidades Federais Mineiras: uma análise do ensino, pesquisa e extensão. In: XLII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP. **Anais...**Foz do Iguaçu, Paraná, 04 a 07 de outubro de 2022.

ROMME, G. **The quest for professionalism: the case of management and entrepreneurship**. Oxford University Press, 2016.

SANTOS, M.I.C. *et al.* Aplicabilidade da disciplina de empreendedorismo nos cursos de graduação em ciências contábeis. **Revista Competitividade e Sustentabilidade- ComSus**, v.10, n.1, p. 21 -40, 2024.

SILVA, R.O. **Proposta de autocapacitação para coordenadores de graduação**. 2019. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica). Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Estado do Amazonas, Manaus, 2019.

SILVA, R.O. *et al.* Undergraduate coordinator: competences required according to management principles. **Regae – Revista de Gestão e Avaliação Educacional**, v.10, n.19, p. 1 – 17, 2021.

SOARES, L.F. *et al.* Aprendendo sobre a significância dos testes de protótipo para a garantia da qualidade na engenharia de produtos tecnológicos. In: IV SEMINÁRIO DE BOAS PRÁTICAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM – SBPEA. **Anais...** Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

TSAPLES, G.; PAPATHANASIOU, J.; MANOU, D. Synergies and Challenges: Exploring Organizational Perspectives on Digital Transformation and Sustainable Development in the Context of Skills and Education. **Buildings**, v. 14, n. 2, p. 395, 2024.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 16 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

VALLE, M. R.L; NASCIMENTO-E-SILVA, D.; SILVA, R. Avaliação participativa nos espaços pedagógicos: análise de uma instituição escolar do Norte do Brasil. **Regae-Revista de Gestão e Avaliação Educacional**, v. 9, n. 18, p. 1-17, 2020.

ZABALA, A. **A prática educativa: como ensinar**. Porto Alegre: Artmed, 2015.

ZANELLA, L.C.H. **Metodologia de pesquisa**. 2 ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração da UFSC, 2013.