

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS

FELIPE SANTIAGO OLIVEIRA NUNES

**UNIVERSIDADE E INOVAÇÃO: VISÕES DE EMPREENDEDORES INOVADORES
SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES DA UNIVERSIDADE PARA A REALIZAÇÃO DE
SUAS INICIATIVAS.**

Belo Horizonte – MG

2021

FELIPE SANTIAGO OLIVEIRA NUNES

**UNIVERSIDADE E INOVAÇÃO: VISÕES DE EMPREENDEDORES INOVADORES
SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES DA UNIVERSIDADE PARA A REALIZAÇÃO DE
SUAS INICIATIVAS.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como
requisito parcial para obtenção do título de
especialista em gestão estratégica de negócios.

Orientador: Professor João Batista Diniz Leite

Belo Horizonte – MG

2021

Ficha catalográfica

N972u
2021

Nunes, Felipe Santiago Oliveira.
Universidade e inovação [manuscrito] : visões de
empreendedores inovadores sobre as contribuições da universidade
para a realização de suas iniciativas / Felipe Santiago Oliveira
Nunes. – 2021.
33 f.

Orientador: João Batista Diniz Leite.
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas
Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia (f. 31-33).

1. Empreendedorismo. 2. Ensino superior – efeito de inovações
tecnológicas. 3. Administração. I. Leite, João Batista Diniz. II.
Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e
Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Leonardo Vasconcelos Renault CRB-6/2211
Biblioteca da FACE/UFMG. – LVR/181/2021



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do Senhor **FELIPE SANTIAGO OLIVEIRA NUNES**, matrícula nº **2019737390**. No dia 24/09/2021 às 20:00 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**UNIVERSIDADE E INOVAÇÃO: VISÕES DE EMPREENDEDORES INOVADORES SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES DA UNIVERSIDADE PARA A REALIZAÇÃO DE SUAS INICIATIVAS**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Prof. João Batista Diniz Leite, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas do aluno. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do aluno e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

NÃO APROVADO

100 (CEM) pontos. Trabalhos com nota maior ou igual a **60** serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente ao aluno pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 24/09/2021.

João Batista Diniz Leite
Orientador

Prof. Ricardo Teixeira Veiga
(CEPEAD/UFMG)



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

MODIFICAÇÃO EM TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Modificações exigidas no TCC do aluno **FELIPE SANTIAGO OLIVEIRA NUNES**, matrícula nº **2019737390**.

Modificações solicitadas:

O prazo para entrega do TCC contemplando as alterações determinadas pela comissão é de no máximo 60 dias, sendo o orientador responsável pela correção final.

João Batista Diniz Leite
Orientador

Assinatura do aluno: **FELIPE SANTIAGO OLIVEIRA NUNES**

Atesto que as alterações exigidas () Foram Cumpridas
() Não foram cumpridas

Belo Horizonte, ____ de _____ de ____

Professor Orientador

Assinatura

RESUMO

Este trabalho busca identificar, na visão de empreendedores inovadores, quais são as principais contribuições advindas de uma formação superior universitária para a concretização de uma ação inovadora ou empreendedora. Para tal fim, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com pessoas que já trilharam seu caminho por uma universidade, sejam elas públicas ou privadas, e que realizaram algum empreendimento ou estão inovando em sua área de estudo. Espera-se qualificar as contribuições da universidade por meio de conhecimentos e habilidades, quais aspectos insuficientes nessa formação, bem como quais as principais barreiras para inovação.

Palavras-chave: Inovação, Conhecimento. Relação Universidade-Empresa.

ABSTRACT

This work seeks to identify, in the vision of innovative entrepreneurs, which are the main contributions arising from higher education in the university for the realization of an innovative or entrepreneurial action. To this end, semi-structured interviews were carried out with people who have already worked their way through a university, whether public or private, and who have undertaken some enterprise or are innovating in their field of study. It is expected to qualify the contributions of the university through knowledge and skills, which aspects are insufficient in this training, as well as the main barriers to innovation.

Keywords: Innovation, Knowledge, University-Company Relation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Abordagem da hélice tríplice	11
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO	9
2.1. Hélice Tríplice	9
2.2. Barreiras na relação Universidade-Empresa	11
3. OBJETIVOS DA PESQUISA	13
3.1. Objetivo geral.....	13
3.2. Objetivos específicos.....	13
4. METODOLOGIA DA PESQUISA	14
5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	14
5.1. Caracterização dos participantes	14
5.2. Síntese e análise das respostas	16
5.2.1. Inspiração para inovação	16
5.2.2. Barreiras para inovação	17
5.2.3. Contribuições da universidade	20
5.2.4. Como a universidade poderia contribuir	23
5.2.5. Outros meios de orientação e suporte	27
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERENCIAIS	31

1. Introdução

O objetivo desta pesquisa é identificar os principais pontos nos quais a universidade contribui para a formação de um ecossistema inovador, além dos possíveis pontos nos quais ela deixa a desejar. Para isso, busca-se analisar os pontos de vista de empreendedores inovadores sobre as contribuições da universidade para a realização de suas iniciativas.

Schumpeter (1985, p. 147), um dos principais teóricos da inovação, afirma que inovação é a exploração bem-sucedida de novas ideias. A inovação é o principal artifício na dinâmica econômica devido a sua alta mutabilidade. Ela surge de novas combinações realizadas em elementos já existentes, visando mudanças quantitativas ou qualitativas em esfera econômica. O autor ainda destaca que uma inovação só é capaz de provocar mudanças qualitativas quando atende algum dos cinco pontos:

- 1) introdução de um novo bem – ou seja, um bem com que os consumidores ainda não estiverem familiarizados – ou de uma nova qualidade de um bem.
- 2) Introdução de novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que de modo algum precisa ser baseada numa descoberta científica nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria.
- 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido ou não.
- 4) Conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independentemente do fato de que essa fonte já exista ou teve que ser criada.
- 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou fragmentação de uma posição de monopólio.

A perspectiva *schumpeteriana* destaca a inovação como algo agenciado individualmente pelo empresário em busca de ganhos econômicos. Já numa perspectiva *neo-schumpeteriana*, a inovação é reconhecida como um processo coletivo, com a participação de diversos agentes, e tendo o avanço científico como papel fundamental na inovação.

Portanto, inovar, *Lato Sensu*, seria a criação ou melhoria de um sistema existente, sejam ideias, processos, produtos ou serviços. Já a inovação radical, é a criação (invenção) ou mudanças drásticas em produto, processo, serviço etc. Porém, não é necessário criar algo totalmente novo para ser inovador. Aperfeiçoar produtos, processos e serviços também são considerados inovações do tipo incremental.

Inovação é um conceito intrinsecamente ligado ao empreendedorismo, que Hisrich et al. (2009, p. 30) sintetizam da seguinte forma:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas de satisfação e de independência financeira e pessoal.

É com base nessa integração de conceitos que Carlsson et al. (2008) definem o conceito de empreendedor inovador, como "um mecanismo que converte o conhecimento econômico em crescimento econômico" (CARLSSON et al., 2008, p. 1993).

Entretanto, conforme é definido por Haack (2002, p. 641), "o significado de um conceito é determinado pelas consequências experimentais ou práticas de sua aplicação", e nesse contexto é normal vermos certo distanciamento entre a teoria e a prática em qualquer área de estudo. Porém, na seara de inovação, essa distância tende a ser maior por vários motivos, seja burocracia ou legislações restritivas, seja por falta de colaboração entre os agentes ou pelas próprias deficiências do sistema educacional.

A força de trabalho em qualquer organização tende a se tornar excelente tecnicamente em sua área de atuação. Porém, entre a excelência técnica e a concretização de uma ação inovadora, há um mundo de distância.

Para irromper e alavancar essas competências técnicas, hoje em dia contamos principalmente com as universidades, que por natureza, são ambientes onde há profusão de ideias e para que a inovação seja viabilizada é necessário que haja um processo de integração de diferentes agentes na sociedade, sejam as universidades públicas ou privadas, o estado através do governo, fundações, empresas, organizações civis, etc. Entretanto, para fins desta pesquisa, focaremos nas universidades, públicas ou privadas, aqui entendidas como instituições de ensino superior pluricurriculares, como o principal agente transformador da cultura de

inovação e proponente de soluções e em como elas tem contribuído para o desenvolvimento de um ecossistema inovador.

Portanto, considerando a universidade como o principal agente de inovação na sociedade, neste estudo buscaremos compreender a participação da mesma na transformação de ideias (criatividade) em soluções para problemas reais (inovação). Para cumprir tal objetivo, será feito um levantamento e análise doxológica - isto é, opiniões, juízos, valores - com empreendedores inovadores sobre as contribuições da universidade para a realização de suas iniciativas.

2. Referencial teórico

Esta seção é constituída de duas partes. A primeira trata do conceito de Hélice Tríplice, que trata da relação Governo-Universidade-Empresa; a segunda aborda as barreiras na relação Universidade-Empresa.

2.1 Hélice Tríplice

Os processos de inovação são provocados através da integração de diferentes agentes na sociedade, os quais projetam, desenvolvem e implementam saberes e ações visando dar respostas à problemas presentes na mesma.

Dentre estes agentes cabe destacar a tripé governo-universidade-empresa (Etzkowitz, 1995), que apesar de terem diferentes objetivos, atividades e públicos-alvo, buscam resultado comum que é o desenvolvimento da sociedade.

Ao longo das últimas décadas, foram realizadas diversas investigações sobre a interação desses. Nesse contexto, distingue-se o papel basilar da universidade como agente de transformação social e no desenvolvimento econômico da nação.

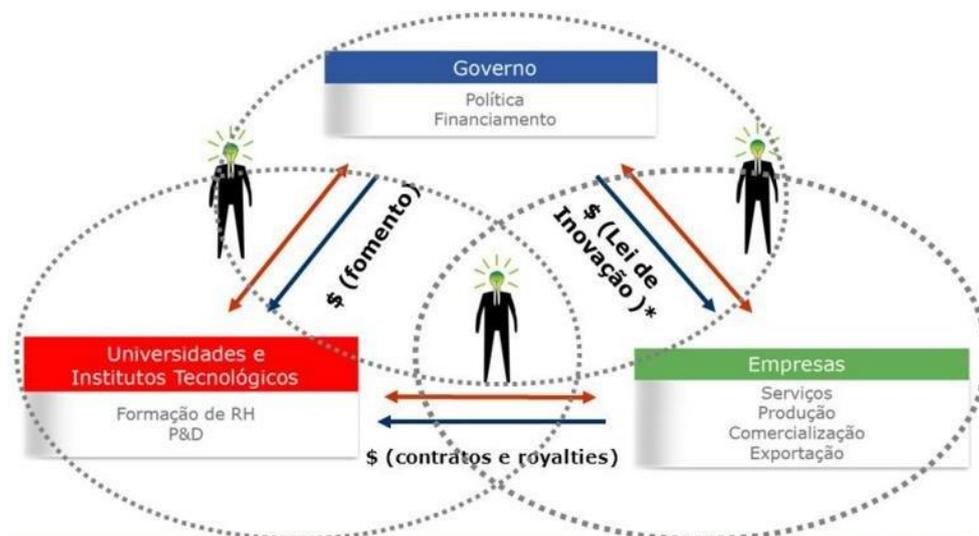
Em contraste com teorias que enfatizam o papel do governo ou das empresas na inovação, a Hélice Tríplice foca a universidade como fonte de empreendedorismo, tecnologia e inovação, bem como de pesquisa crítica, educação e preservação e renovação do patrimônio cultural. (ETZKOWITZ e ZHOU, 2017, p.25).

No que se refere à inovação, a cooperação empresa-universidade enfrenta uma série de desafios. Porém, isso pode ocorrer de forma natural, visto que não deve haver competição entre esses agentes. A universidade, que tem por objetivo principal gerar conhecimento e tecnologia para o desenvolvimento da sociedade em geral, desenvolve tais recursos e os disponibiliza para o governo e empresas. Por seu lado, a empresa deve fazer uso destes recursos propondo-se a gerar receita através do fornecimento de bens e serviços à sociedade, além de cumprir seu papel social de geração de empregos. Já o governo pode fomentar o desenvolvimento da nação com menor nível de investimento em infraestrutura e de pesquisa e desenvolvimento (P&D). Acerca desta cooperação Plonski (1994, p. 365) diz que:

Da parte das universidades, a cooperação é percebida, entre outros, como uma forma de superar a insuficiência das fontes tradicionais de recursos, e assim manter essas instituições nos níveis desejados de ensino e pesquisa; da parte das empresas, a cooperação é percebida como capaz de prover uma solução para a dificuldade de lidar sozinha com os desafios multidimensionais da inovação [...], além do tradicional interesse em ganhar acesso privilegiado no recrutamento de talentos jovens; e da parte do governo, a cooperação é percebida como estrategicamente importante para a viabilidade econômica e social de regiões e de nações, no novo paradigma econômico.

Vasconcellos, Waack e Vasconcellos (1997) consideram que devido à globalização e o contínuo aumento da concorrência de mercado, as empresas passaram a ver a universidade como um meio de obter conhecimento, tecnologia e de mão de obra capacitada, e assim alcançar competitividade, enquanto a universidade passa a ver as empresas como uma fonte alternativa de recursos, afim de melhorar seus recursos para realização do ensino, pesquisa e extensão, principalmente em um país em desenvolvimento como o Brasil.

A Figura 1 apresenta um exemplo da relação hélice tríplice entre os agentes envolvidos.

Figura 1 - Abordagem da hélice tríplice

Fonte: Hélice consultoria, 2015.

2.2 Barreiras na relação Universidade-Empresa

A relação entre tais agentes nem sempre é tão fluida como deveria, principalmente entre a universidade e o setor empresarial. A literatura traz muita informação sobre quais seriam os motivos para essa interação não ser eficaz.

Segundo Costa e Cunha (2000), são nove as barreiras a serem superadas nesta interação: Cooperação universidade-empresa:

1. filosofias e missões institucionais que não consideram a relação Universidade-Empresa dentre as atividades prioritárias;
2. busca na Universidade do conhecimento fundamental, enfocando a ciência básica e não o desenvolvimento e a comercialização de tecnologias;
3. cultura acadêmica que valoriza mais as atividades de ensino e pesquisa básica em detrimento à pesquisa aplicada;
4. ausência de instrumentos legais que regulamentem as atividades de pesquisa envolvendo concomitantemente as Universidades e as Empresas;
5. carência ou inexistência de canais de comunicação;
6. excesso de burocracia;
7. carência de docentes preparados para desempenhar atividades na relação Universidade-Empresa;

8. carência de estímulos que reconheçam academicamente o trabalho tecnológico com o ramo produtivo;
9. falta de divulgação de oferta tecnológica gerada no ambiente das Universidades.

Segatto-Mendes e Sbragia (2002, p.60) reconhecem a existência de tais barreiras à interação Universidade-Empresa:

(1) busca do conhecimento fundamental pela universidade, enfocando a ciência básica e não o desenvolvimento ou a comercialização; (2) extensão do tempo do processo; (3) visão de que o Estado deve ser o único financiador de atividades de pesquisa (...); (4) ausência de instrumentos legais que regulem as atividades de pesquisa envolvendo universidades e empresas (...); (5) filosofias administrativas das instituições; (6) grau de incerteza dos projetos; (7) grau de incerteza dos projetos; (8) carência de confiança na capacidade dos recursos humanos, por parte de ambas as instituições; (9) excesso de burocracia das universidades.

Entretanto, Etzkowitz e Zhou (2017) defendem que a quebra de tais barreiras deve partir da universidade, que está em campo como provavelmente o principal agente influenciador de toda a cultura de inovação. E, de fato, muitas vezes essa iniciativa vem partindo das próprias universidades, como no caso da *Joint Venture Silicon Valley*, uma iniciativa liderada por acadêmicos e apoiada por líderes políticos e empresariais locais, que produziu a versão mais dinâmica do modelo Hélice Tríplice até o momento.

Uma universidade empreendedora, comprometida com o desenvolvimento de sua região, na qual um número significativo de professores encoraja seus graduados a aproveitar e levar adiante a tecnologia desenvolvida em seus laboratórios bem financiados, e podem, eles próprios, assumir papéis duais em firmas de alta tecnologia, é o núcleo de uma dinâmica *à la* Hélice Tríplice. (ETZKOWITZ e ZHOU, 2017, p.29).

Para trilhar tal caminho, de acordo com Clark (1998), uma universidade inovadora deve abraçar cinco características básicas:

1. um forte núcleo de direção: universidades que querem mudar, não podem depender de um modelo de controle ou direção tradicional. Eles precisam se tornar mais rápidos, mais flexível, mais focado em reagir às demandas de seus ambientes;
2. uma periferia desenvolvimentista: as universidades que querem mudar precisam ter mecanismos para se relacionar com o mundo exterior. Eles têm que ultrapassar seus limites tradicionais e criar unidades organizacionais especiais para alcançar tal fim;
3. uma base de financiamento diversificada: para mudar, as universidades precisam de recursos. Portanto, eles precisam ampliar sua base financeira, tornando-se menos dependentes do governo;
4. um forte centro acadêmico: essas universidades precisarão de unidades acadêmicas básicas que aceitem uma cultura empreendedora. Tais unidades devem ser estimuladas a reagir positivamente a mudanças;
5. uma cultura empreendedora integrada: as universidades precisam de uma cultura que abrace a mudança, uma ética de trabalho e um conjunto de crenças que abrange toda a universidade e que se tornam a própria base da identidade da instituição.

Portanto, numa ótica *neo-schumpeteriana*, percebe-se que a universidade deve buscar uma maior compreensão sobre os problemas existentes e, à medida em que vão sendo conhecidos, devem ser solucionados através da criação da inovação de processos, da consolidação de conhecimentos e de novas tecnologias.

3. Objetivos da Pesquisa

3.1 Objetivo geral

O objetivo geral desta pesquisa é identificar os principais pontos nos quais esse agente (universidade) contribui para a formação de um ecossistema inovador, além dos possíveis pontos nos quais ela deixa a desejar, realizando um estudo que consiste em analisar o ponto de vista de empreendedores inovadores sobre as contribuições da universidade para a realização de suas iniciativas.

3.2 Objetivos específicos

Como objetivos específicos, buscaremos identificar, na perspectiva dos entrevistados, quais foram/são os principais obstáculos à inovação durante a implantação de sua(s) ideia(s), bem como quais contribuições a universidade deu ou poderia ter dado para sua consolidação. Além disso, identificar quais habilidades e/ou conhecimentos fornecidos pela universidade contribuíram para a consolidação de sua iniciativa, bem como de quais habilidades e/ou conhecimentos sentiu insuficiência.

4. Metodologia de pesquisa

Para atingir esses objetivos foram entrevistadas pessoas que já trilharam seu caminho pela universidade, sejam elas públicas ou privadas, e que realizaram algum empreendimento ou estão inovando em sua área de estudo.

As entrevistas foram realizadas a partir de roteiro semiestruturado, contendo algumas questões pré-definidas que serviram como guia. Porém, manteve-se a flexibilidade adaptação de conteúdo a cada caso, possibilitando uma coleta de dados mais ampla, com personalidade, considerando contexto, reações, etc.

Todas as entrevistas foram realizadas através de ferramentas de videoconferência, com gravação em áudio/vídeo e tiveram duração média de 30 minutos. Posteriormente, as entrevistas foram transcritas, possibilitando a organização dos dados e melhor análise dos mesmos.

5. Apresentação de resultados

Esta seção é constituída de duas partes. A primeira traz uma breve caracterização dos cinco participantes entrevistados, doravante denominados P1, P2, P3, P4 e P5, sua formação, área de atuação e breve descrição de sua ação empreendedora. Na segunda parte traremos uma síntese e análise das respostas obtidas por meio das entrevistas.

5.1 Caracterização dos participantes

P1 – Sexo masculino. Bacharel em ciências contábeis em universidade privada, formado em 2013. Área de atuação: consultoria em gestão de negócios. Desde antes da graduação, após ter concluído curso técnico em contabilidade, atuou em pequenos escritórios de contabilidade. Já

na faculdade ingressou em estágio em uma multinacional e buscou especializar-se em auditoria. Seu empreendimento constitui-se na prestação de serviços de consultoria personalizada a negócios de pequeno e médio porte, nas áreas de gestão, finanças e marketing. Seu atendimento personalizado consiste em adaptar o serviço à linguagem e necessidades do cliente, a fim de entregar soluções mais adequadas e pontuais. “Não é simplesmente ensinar a fazer. É fazer junto. Construir a solução juntos como se fossemos colegas de negócio”.

P2 – Sexo masculino. Tecnólogo em análise e desenvolvimento de sistemas em universidade privada, formado em 2011. Área de atuação: consultoria em marketing digital. Após a formação técnica em informática, começou a trabalhar na área e já era analista de tecnologia da informação quando ingressou na faculdade. Especializou-se em desenvolvimento de sistemas e posteriormente em marketing. Em seu trabalho, percebeu que a grande maioria de seus clientes ainda adotava técnicas de marketing tradicionais e que obtinham resultados muito baixos em relação ao que vinha experienciando com o marketing digital. Seu empreendimento, portanto, visa fornecer soluções de marketing digital a baixo custo e com resultados mensuráveis e de fácil gestão.

P3 – Sexo masculino. Bacharel em farmácia em universidade pública, formado em 2005. Pós-graduado em microbiologia clínica e laboratorial. Área de atuação: indústria farmacêutica. Desde jovem era ajudante de laboratório e adquiriu *know-how* para criação de vários produtos. Porém, por não ter educação formal em farmácia, não podia empreender e lançar seus produtos. Após sua graduação, decidiu então abrir uma indústria farmacêutica que hoje conta com mais de 40 produtos registrados.

P4 – Sexo feminino. Bacharel em enfermagem em universidade privada, formada em 2011. Especializou-se em enfermeira assistencial. Área de atuação: mentoria em desenvolvimento pessoal e profissional. Desde o início da formação focou em estágios extracurriculares e após a formação começou a trabalhar em duas empresas de grande porte e referência nacional. Seu empreendimento é constituído por três enfermeiras com experiência nas áreas assistencial e de liderança. Criaram uma metodologia própria e se propõe a desenvolver estudantes e profissionais de enfermagem em relação a postura adequada, valores, competências e demais características necessárias para ingressar e se manter no mercado de trabalho.

P5 – Sexo masculino. Licenciado em química em universidade pública, formado em 2014. MBA em andamento em engenharia de produção e gestão da qualidade. Área de atuação: indústria química. Seu empreendimento se dedica a fabricação de solventes e diluentes para tintas, no seguimento automotivo e imobiliário. Seu diferencial de mercado está na logística eficiente para redução de estoques elevados em nossos clientes, além da possibilidade de customização e criação de produtos especiais para atender as necessidades do cliente. Também realizam a logística reversa de recipientes dos produtos para redução do impacto ambiental.

5.2 Síntese e análise das respostas

Para melhor análise das informações obtidas, as respostas foram agrupadas nos seguintes tópicos: Inspiração para inovação, barreiras para inovação, contribuições da universidade, como a universidade poderia contribuir e por fim, outros meios de orientação e suporte.

5.2.1 Inspiração para inovação

Primeiramente foi solicitado que os entrevistados fizessem uma breve descrição sobre seu empreendimento, sua inspiração, diferenciais do negócio ou inovação proposta.

P1 afirma que, desde 2017, vem atendendo empresas de pequeno porte e percebeu uma forte carência de competências básicas, principalmente financeiro, administrativo e de marketing. Em sua visão, a maioria das empresas de pequeno porte tem pouca ou nenhuma preparação para empreendedorismo, e que quase sempre se faz necessário “pegar pela mão e fazer junto”. Surgiu então a ideia de seu empreendimento, que é ajudar micro, pequenos e médios negócios em suas demandas de organização, planejamento e execução de estratégias rotineiras em seus negócios.

Em experiência similar, P2 também percebeu grande deficiência em seus clientes na área de marketing. A grande maioria deles investe em marketing tradicional, com publicidade em grandes mídias e grandes veículos de comunicação. Porém, além de requerer altos investimentos, nesses meios os resultados não costumam ser tão expressivo e também são de difícil mensuração. Sua proposta então passou a ser capacitar e fornecer soluções de marketing digital, principalmente em redes sociais, a um custo muito baixo e com resultados facilmente mensuráveis através das próprias plataformas das redes.

P3 começou a trabalhar no mercado farmacêutico em uma época em que ainda não havia tanta industrialização. Muitos produtos eram comprados em São Paulo e chegavam com defeitos ou fora das especificações requisitadas. Começou a criar os próprios *kits* laboratoriais e fórmulas. Entretanto, só conseguiu regularizar a situação de seus produtos após várias décadas de criação dos mesmos. Seu empreendimento surgiu com a finalidade de oficializar o registro desses produtos e produzi-los em escala industrial.

Já para P4, a ideia do empreendimento já vinha sendo idealizada a alguns anos. Mas foi durante a pandemia de Corona Vírus, na qual o hospital em que trabalha foi selecionado como referência no combate ao COVID-19 e foi demandada contratação de grande quantidade de profissionais da enfermagem, que sua iniciativa se mostrou mais necessária. Percebeu que nos processos seletivos havia grande dificuldade de encontrar pessoas qualificadas, tanto em competências técnicas quanto em competências comportamentais. Junto com outras duas companheiras de trabalho desenvolveram uma metodologia própria de qualificação de pessoal que começaram a aplicar em seu hospital e posteriormente oferecer ao público externo.

P5, durante a sua formação acadêmica, começou a trabalhar em uma fábrica de produção de tintas automotivas. Em pouco tempo, havia criado uma série de produtos que se destacavam no mercado local e que rivalizavam em qualidade e custo com produtos de outras grandes fábricas. Decidiu, portanto, iniciar seu próprio negócio oferecendo um grande leque de produtos customizados. Conquistou uma parcela significativa de mercado ao associar-se com um parceiro gestor de logística, que foi o responsável por desenvolver uma metodologia de suprimento para seus clientes de alta rotatividade, bem como logística reversa de suas embalagens.

5.2.2 Barreiras para inovação

Ao serem questionados sobre quais dificuldades enfrentaram para a implementação de suas ideias, levantamos os seguintes cenários:

P1 enfrentou e ainda enfrenta uma série de barreiras práticas. Como a iniciativa atual não é a sua primeira, as questões legais e burocráticas para abertura do negócio não foram tão problemáticas como em seus primeiros empreendimentos. Mas a principal barreira atual é a obtenção de mão de obra qualificada em tecnologia. Destaca que:

“Não é rápido de achar e não é barato para formar. Precisei aprender a programar. A minha plataforma, eu mesmo programei, por não conseguir pessoal qualificado dentro do que precisamos. Achar pessoas que se encaixem na nossa necessidade é um grande desafio. Não temos como pagar um sênior. Então nosso desafio é formar pessoas dispostas. Já tivemos experiências ruins e estamos aprendendo a identificar as *softskills* que são compatíveis com nosso negócio”.

A realidade enfrentada por P1 vem sendo cada vez mais recorrente no mercado. Os setores de tecnologia estão entre os que mais crescem nas empresas. Com isso, a demanda por profissionais qualificados aumenta exponencialmente. De acordo com relatório emitido pela Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação em 2019, o déficit de profissionais de TI pode chegar a 260 mil até 2024.

P2 reconhece que cometeu erros burocráticos na constituição de seu empreendimento, assim como em tentativas anteriores. “Já tive *Lan House*, *Buffet* e empresa de consultoria em TI. Uma das principais barreiras que vi ao tentar fazer esses negócios era o conhecimento do que de fato era um negócio”. E continua: “Eu não tinha nem mesmo um cadastro de clientes. Fiquei seis anos empreendendo aos trancos e barrancos sem saber disso. Eu não sabia fazer um cadastro e nem mesmo sabia que eu precisava disso”.

A experiência de P2 reflete a realidade de grande parte dos empreendedores brasileiros, onde surgem boas ideias e sobra boa vontade, mas a conhecimento insuficiente sobre gestão de negócios, estrutura organizacional, finanças, questões legais, etc. De acordo com o relatório “Demografia das empresas e Estatística de empreendedorismo”, publicado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2018, cerca de 20% das empresas criadas não sobrevivem ao primeiro ano de funcionamento e menos da metade delas passa do quinto ano de vida.

Já P3, por atuar em um mercado altamente regulamentada, relatou ter enfrentado grande quantidade de entraves burocráticos. Ao final da sua formação acadêmica, quando decidiu abrir sua indústria farmacêutica, descreve ter comprado um espaço físico, feito estudo sobre o que era necessário para abrir a empresa, projeto arquitetônico, alvará sanitário, alvará de funcionamento, registro dos produtos, etc.

Entretanto, na entrega de cada uma dessas etapas sofreu vários revezes por desencontro de informações.

“A vigilância sanitária disse que, pelo tipo de produto que utilizamos, não podemos ter janelas. Temos que usar ventilação mecânica. Então a arquitetura do prédio foi feita para atender isso. Mas quando cheguei na prefeitura, disseram que todas as salas têm que ter janelas e rejeitaram o nosso projeto. Nesse vai-e-volta, investi próximo de meio milhão de reais e não consegui colocar o negócio para funcionar”.

Prossegue reportando inconvenientes burocráticos e prejuízos financeiros:

“Pediram projeto de combate a incêndio. Fizemos conforme recomendações do engenheiro da obra. Quando entregamos, a prefeitura novamente rejeitou o projeto todo. Conversei com o engenheiro e ele me disse que as justificativas da prefeitura estavam erradas, que poderiam no máximo pedir correção em alguns itens do projeto, mas não rejeitar o projeto todo. Além disso, nos deram uma multa que depois se mostrou indevida. Mas tive que recorrer. Se não, teria que pagar R\$ 20 mil por um erro da prefeitura.”

P3 cita também a morosidade e os altos encargos para regularização de seus produtos:

“Vários institutos de pesquisa laboratorial querem comprar os meus produtos, mas sem o registro eles não podem comprar. Cada produto tem que ser registrado pela ANVISA e, além de demorar vários meses, a taxa de registro é de R\$ 5.000,00 por produto. Eu tenho mais de 40 produtos. De onde eu vou tirar dinheiro para registrar todos eles e passar vários meses sem vender nada?”

Para P4, o principal desafio foi a adequação às novas tecnologias. Seu principal espaço de captação de clientes são as redes sociais. “Nossa maior dificuldade inicial foi adequação às redes sociais, que é um mundo novo para profissionais de enfermagem habituadas ao ambiente hospitalar”. Outra grande dificuldade enfrentada foi a mudança cultural:

“Nossos colegas de trabalho que já estão no mercado a mais tempo apresentaram resistência em reconhecer que necessitavam de capacitação. É fácil mostrar que alguém precisa desenvolver uma competência técnica. Mas

foi muito difícil convencer as pessoas de que elas precisam desenvolver competências comportamentais”.

Chiavenato (1999, p.139) afirma que cultura “é construída ao longo do tempo e passa a impregnar todas as práticas”. Sobre a complexidade das mudanças culturais, Cohen & Fink (2003, p.350) notam que:

As pessoas resistem à mudança quando consideram que suas consequências são negativas. Embora as pessoas sejam diferentes em termos de sua disposição em antever consequências negativas, e mesmo quando suas razões pareçam lógicas ou até equivocadas a quem está de fora, as pessoas não resistem automaticamente às mudanças. As pessoas resistem às mudanças por alguma razão e a tarefa do gerente é tentar identificar essas razões e, quando possível, planejar a mudança de modo a reduzir ou eliminar os efeitos negativos e corrigir as percepções errôneas.

P5 expôs como maiores dificuldades a burocracia e morosidade para a abertura da empresa e para o cumprimento de todas as etapas para regularização de uma indústria química. Além disso, a alta carga tributária e taxas de licenciamento dos produtos, fabricação e transporte dos mesmos.

Camilla Junqueira, diretora-geral da Endeavor Brasil diz que: "A burocracia é o maior problema para os empresários". E ao tratar dos impactos da legislação tributária sobre os negócios afirma que: “Um e-commerce, por exemplo, tem de contratar uma equipe só para lidar com a questão do ICMS; isso significa menos empregos direcionados para produção e inovação. Tudo isso acaba tirando a competitividade do empreendedor brasileiro em comparação ao empreendedor global”.

5.2.3 Contribuições da universidade

Quando solicitados a indicarem quais foram as contribuições dadas pela universidade para o desenvolvimento de seus empreendimentos, as respostas apresentaram perspectivas similares em relação ao conhecimento teórico e às aplicações práticas.

Para P1 a academia ampliou não somente seus conhecimentos técnicos, mas também forneceu “conhecimentos que o que fizeram mais humano” e mudaram sua forma de ver o mundo. Entretanto, percebeu grande dificuldade por parte do corpo docente em convencer os estudantes sobre a importância desse conhecimento (humano). A maioria dos estudantes buscava somente conhecimento técnico e aprovação rápida. Na sua percepção, a formação universitária passou a ser vista como um cumprimento de requisito para obtenção de promoções nas empresas ou apenas um requisito para obtenção da formalização da profissão.

A universidade sem dúvidas teve grande contribuição na minha formação como profissional e como pessoa. Mas em minha experiência profissional em uma multinacional, percebi que o conhecimento adquirido através da prática profissional era muito superior ao que era adquirido no ensino universitário. No trabalho atuava com vários profissionais ainda em formação em grandes universidades públicas e privadas e a percepção era sempre a mesma. Os treinamentos internos e provas internas mostravam que não havia grandes diferenças a nível de formação do conhecimento entre os colegas, independente da universidade em que estudavam. A empresa sentia necessidade de fornecer uma série de treinamentos para complementar a defasagens do estudo da universidade.

P1 destaca ainda que a base conceitual do ensino superior teve grande validade para constituição de seu negócio, apesar da contínua necessidade de aquisição de conhecimentos, técnicas e boas práticas fora da academia. Deste modo, apesar da contribuição da universidade para a formação profissional de P1, ele assevera: “Eu tenho essa crítica: O ensino superior ainda é muito descolado das práticas de mercado. Sem dúvida tem muita coisa boa, que muito me ajudou. Mas acho que as críticas podem ser mais úteis que os elogios.”

P2 parece corroborar com a afirmação acima quando diz que “O ensino superior como um todo demora pra manobrar o conhecimento em relação ao mercado”. P2 declara que após a sua formação técnica em TI, começou a trabalhar na área e já era analista quando ingressou no ensino superior. “O ensino superior acrescentou pouco ou quase nada. Entrei pela formalização”.

Quanto a abertura de seu negócio próprio, P2 afirma que, após os vários empreendimentos fracassados, buscou ampliar seus conhecimentos em gestão e empreendedorismo em um curso de pós-graduação.

Na pós eu tive um aumento de percepção muito grande. Principalmente sobre coisas que eu nem sabia que precisava fazer em um negócio. Mas foi tudo a nível conceitual. Na prática, eu tive que correr atrás de muitas outras fontes, alguns professores, mas principalmente profissionais de fora.

Outra ressalva relevante feita por P2 foi a seguinte:

O grupo de colegas feitos na faculdade me ajuda muito. Mas, após concluir o curso, a faculdade não me apoiou mais em nada. A faculdade só lembra do ex-aluno quando é para oferecer novos cursos. Talvez seja assim por eu ter vindo de uma universidade privada. Para o modelo deles é interessante a rotatividade de alunos pagantes.

P3 avalia que sua passagem pela universidade foi fundamental para aquisição do conhecimento técnico farmacêutico. Mas teve pouco impacto no momento de abrir seu negócio.

Aproveitei muito da parte técnica. Tem coisas pontuais que aprendi na minha formação que fizeram muita diferença. E fazem até hoje. Mas todas são na parte técnica. Nas outras áreas do negócio não me serviu de quase nada. Não aprendi nada de administração, marketing, gestão de pessoas, etc. Tomei multa por não conhecer princípios básicos de contabilidade.

Assim como P2, P3 também ressalta que os relacionamentos conquistados no ambiente universitário têm forte proveito: “Da faculdade, o que me serviu muito foi conhecer pessoas, fazer amizades e captar clientes. Eu participo muito de congressos, feiras, etc. Também servem muito para isso, para conhecer pessoas, fazer parceiros e captar clientes”.

Segundo P4, sua experiência acadêmica a preparou para agir tecnicamente, conhecer os procedimentos e o ambiente hospitalar. Mas não a preparou para uma realidade em que teria que liderar uma equipe de pessoas de nível médio, quase sempre com mais experiência que uma enfermeira recém-formado. Considera também que não teve preparo para lidar com pacientes de diversas culturas e comportamentos.

Quanto ao negócio, afirma que:

Na faculdade de enfermagem temos uma única matéria de administração de enfermagem, onde falam muito superficialmente sobre o papel de liderança do enfermeiro como líder de uma equipe, como provedor de materiais e de equipamentos, como pensar na logística para garantir a qualidade da assistência. Porém, ao chegar no mercado de trabalho percebemos que de fato não fomos preparados para tantas atribuições.

E complementa:

Essa é uma das áreas que nossa empresa se propõe a suprir. Não foram os conhecimentos da faculdade que me levaram a desenvolver essa metodologia. Surgiu exatamente da carência desses conhecimentos que percebemos em nós mesmas, no início de nossas carreiras, e que percebemos nos processos seletivos de profissionais formados até hoje.

Semelhantemente, P5 descreve que sua experiência acadêmica lhe proporcionou apenas conhecimento teórico e específico em química. Mas nenhum incentivo ou noção relativa ao empreendedorismo.

“A universidade ainda parece estar muito distante da sociedade e da iniciativa privada. Talvez a minha vontade de empreender não seja o padrão pra pessoas que cursam uma licenciatura, como eu fiz. Mas, mesmo na pós-graduação em gestão que estou cursando agora, as tentativas de ensinar o que de fato é empreender ainda são muito tímidas”.

5.2.4 Como a universidade poderia contribuir?

Em seguida, os participantes foram estimulados a elaborar acerca de outras possíveis assistências que uma experiência acadêmica universitária poderia fornecer como incentivo a inovação e ao empreendedorismo.

P1 afirma que, em sua experiência profissional, percebe que uma das principais deficiências das micro e pequenas empresas é que, além de não saberem o que deveriam saber, elas “não sabem o que não sabem. Isso significa que elas vão continuar errando e achando que

esse é o jeito certo de fazer”. Para ele, o papel da universidade em relação a essa comunidade seria mostrar primeiramente tudo aquilo que eles não sabem, para que eles parem de empreender na base da tentativa e erro.

Reforça que, pelo alcance que tem, a universidade poderia contribuir muito. Assim como a universidade dá fundamentos epistemológicos ao estudante, poderia disponibilizar meios de nivelamento do conhecimento para empreender com uma taxa maior de sucesso.

Para empreender com uma taxa maior de sucesso é necessária uma formação fundamental em empreendedorismo e negócios. A universidade poderia oferecer essa formação para todos os ingressos e, também, aberta a comunidade, como já ocorre em algumas instituições no exterior. Essa formação fundamental serviria para abrir a cabeça das pessoas. Quando ela percebe que não sabe de algo, ela vai querer aprender mais.

Outra sugestão dada por P1 foi a de que as universidades podem contribuir com espaço físico, disponibilizando uma parte da sua estrutura para que a comunidade possa se ajudar e se capacitar por conta própria.

Eu mesmo estou oferecendo uma formação gratuita em uma rede social, mas não tenho alcance de divulgação, não tenho espaço físico nem estrutura para fazer as gravações das aulas. A universidade tem tudo isso e poderia disponibilizar.

Uma terceira sugestão é a ampliação do acesso a espaços de aceleração.

Vejo uma defasagem enorme das empresas juniores em relação ao que ocorre nos espaços de aceleração. Empresa júnior era maravilhosa anos atrás. Mas qual o impacto delas hoje em dia? Espaços de aceleração estão muito mais condizentes com as realidades de mercado. Os programas que existem atendem realidades muito individuais. Mas a vocação da universidade é o coletivo. Nem precisamos de muitos recursos para isso. Basta otimização de recursos que já temos. A universidade talvez ajude a alavancar uma *startup* unicórnio por ano, enquanto nesse período milhares de microempreendedores morrem na praia.

P2 volta a defender que, pelo menos nas áreas explicitamente técnicas como a de TI, a universidade deveria se voltar para a prática profissional. Alega ainda que há professores muito desatualizados em relação ao mercado e que, em nome de ensinar supostos fundamentos, insistem em ensinar técnicas obsoletas. “Eu cheguei a falar com professores: Isso que estamos aprendendo aqui, na prática não se usa mais a muito tempo”.

Posteriormente, P2 recomenda a de abertura de canais de entrada para empreendedores, semelhante aos processos seletivos para discentes.

A universidade deveria voltar os olhos para as pessoas que não estão cursando nada lá. Mas que tem essa vontade de empreender. No nosso país não temos uma base de formação que ensine a criança a empreender e inovar. Quando a pessoa cresce, ela tem vontade, mas não sabe como. Acho que cabe a universidade unir essas duas pontas. O estudante universitário vai fazer as suas pesquisas, o que não podemos negar que de fato importa. Mas é a pessoa que está tentando empreender que vai gerar empregos e impostos que sustentarão a própria universidade.

Por fim, revela com pesar que a faculdade aproveita pouco a sua rede de alunos, algo que em sua perspectiva, no exterior é muito diferente.

Eu tenho um amigo formado em Harvard que está sempre sendo atualizado pela universidade com o que há de melhor no mercado. Ele me passa muita coisa através de redes sociais. Aqui em Minas nós temos algumas *startups* que estão tentando construir um ecossistema semelhante a esse. Mas não vejo contribuições relevantes da UFMG, por exemplo, que é a nossa maior referência de universidade pública. Se tivéssemos uma rede que aproveitasse os ex-alunos, que incorporasse a comunidade e os pequenos negócios como já vi lá fora, seria de uma valia gigantesca.

P3 propõe que as universidades deveriam fazer alterações em sua grade curricular. Em sua opinião, todos os cursos deveriam incluir disciplinas de empreendedorismo, finanças e gestão de pessoas.

Isso tudo tinha que ser ensinado desde a escola. Mas principalmente na faculdade. Eu, por exemplo, tive sociologia na faculdade. São coisas importantes. Mas que poderiam ser oferecidas optativamente ou aprendidas de outra forma. Não me serviu de nada. Poderiam ter colocado uma disciplina de empreendedorismo ou de contabilidade. O pessoal sai da faculdade sem gostar da sociologia e sem saber fazer o imposto de renda.

Outra opção aventada foi a da transdisciplinaridade, onde uma parte da grade curricular poderia ser disponibilizada para alunos de vários cursos, o que possibilitaria troca de conhecimentos e maior integração entre profissionais.

O pessoal da administração aprende a fazer um plano de negócios. Nós farmacêuticos, não. Mas isso é uma coisa que todo mundo deveria aprender. Então se pudéssemos fazer algumas matérias em conjunto seria ótimo. Contabilidade também. A noção que eu tenho hoje de contabilidade, aprendi de tanto apanhar e fui fazendo outros cursos por fora. Mas eu vi vários dos colegas que formaram comigo virarem proprietários de farmácia e quebrarem por não saber calcular margem de lucro, impostos, taxas, etc.

P4 se refere a algumas iniciativas que, eu sua visão, seriam simples para uma universidade fazer. A primeira seria dar uma base de educação sobre inovação e empreendedorismo, pois em qualquer área de atuação serão temas recorrentes e cobrados pelo próprio mercado de trabalho. Essa base educativa deveria ser oferecida a toda a comunidade, e não somente aos ingressos em algum curso superior.

É preciso olhar com carinho para a dor do empreendedor e de quem tenta inovar em sua área. O modelo deve ser mudado do individual para o coletivo. Temos exemplos no exterior que mostram que isso é possível. Um programa de MOOC (Massive Open Online Course - Curso Online Aberto e Massivo) pode alcançar o Brasil inteiro. Imagina o impacto disso? Parece que não está tão difícil de resolver. Basta boa vontade. Os recursos não são poucos. Basta otimizar.

P4 ainda reforça que, apesar de recentemente terem ocorrido mudanças no currículo dos cursos de enfermagem, há uma necessidade de atualização no que diz respeito a novas tecnologias. Essa afirmação está em harmonia com os estudos de Silveira *et al* (2020), que diz:

O ensino e a assistência de Enfermagem exigem que o enfermeiro seja capaz de liderar equipes, apresente visão global e interconectada com os avanços tecnológicos e culturais. Esse processo de dominar diferentes tecnologias, que acompanham o processo de inovação do ensino e assistência de Enfermagem, necessita de reorientações nos construtos teóricos e pedagógicos. Desta forma, percebe-se a importância de que a oferta de cursos de Enfermagem esteja adequada às realidades locais, com formação global, que contemple as disparidades sociais de um país em desenvolvimento.

Já P5 acredita que a universidade deve incentivar a tomada de riscos por parte dos alunos. Recomenda a formação de uma maior quantidade de empresas Jr. dentro das universidades, nas quais os alunos fossem incentivados a aprender as legislações, burocracias e dificuldade de ser empreendedor. Além de fazer empresas com geração de resultados reais para ganhos monetários dos alunos e parte dos recursos ser convertidos em ações filantrópicas.

Há muita restrição de acesso aos programas de empresa Jr. A percepção dos colegas que participavam é que não ajudava na prática, mas que servia para enriquecimento de currículo. No meu ponto de vista a universidade ainda não mostra a realidade do mercado e muito menos a dificuldade de empreender. Deveria haver maior interação entre a universidade e micro e pequenas empresas para ajudar no desenvolvimento das mesmas e inclusive para formação de melhores profissionais para o mercado.

5.2.5 Outros meios de orientação e suporte

Os entrevistados também foram provocados a relatar que outros agentes tiveram impacto em seus negócios, quais outros meios de orientação e suporte utilizaram no início de seu empreendimento, e quais ainda recorrem atualmente.

Nesse quesito, P1 declara que sempre busca se cercar de uma rede de apoio e que procura estender essa rede até que chegue em pessoas chave em sua área.

Os especialistas geralmente estão em alguma rede social, LinkedIn, Instagram, etc. Identifico quem são essas pessoas e começo a acompanhar o conteúdo deles. Alguns deles são muito solícitos quando tenho alguma dúvida. Muita coisa que veio da minha base profissional veio de acompanhar conteúdo desse pessoal. Caso você tenha uma boa base construída na universidade por exemplo, em um ano acompanhando o que essas autoridades estão falando, você consegue absorver muita coisa.

Ressalta também a importância de publicações tradicionais por ser uma literatura mais densa, baseada em pesquisa acadêmica e com contribuições de especialistas de renome.

Na minha área é essencial ler o Manual das Sociedades por Ações. Aqui não tem como desmerecer a contribuição das universidades, pelo trabalho de pesquisa e pela construção do conhecimento bem embasado.

P2 cita que, após os muitos fracassos em empreendimentos anteriores, percebeu que o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) tem muito a oferecer ao pequeno empreendedor. Comenta também que tem por hábito buscar cursos livres na web. “Alguns são oferecidos por universidades estrangeiras, muitas vezes gratuitamente. Sorte que eu consigo consumir conteúdo em inglês, o que é raro no nosso país”.

Como fontes externas de orientação, diz que as buscas no Google são uma ajuda imediata e eficaz. “É impossível ficar por dentro de tudo. Quando estou conversando com um cliente sobre um assunto que não domino, faço uma rápida pesquisa no Google e nem preciso ler muito para ficar inteirado sobre o que ele está falando”.

P3 informa que nos primeiros anos, enquanto enfrentava os problemas burocráticos já relatados, tentou fazer buscar conselhos com outros profissionais da área, bem como realizou uma tentativa malsucedida de firmar parceria com outra indústria que o ajudaria a registrar os produtos, e em contrapartida faria fornecimento exclusivo.

Quando eles viram a margem de lucro que eu teria, tentaram me dar um golpe e registrar os produtos como se fossem deles. O mercado farmacêutico é muito grande e monstruosamente rico. Por isso, um quer devorar o outro. Muitos fazem denúncias só para atrapalhar e dar prejuízo aos concorrentes.

Hoje só busco orientação do meu pai e da minha esposa, que também são farmacêuticos, e com alguns poucos amigos.

P4 diz que seu empreendimento foi iniciado por três enfermeiras atuantes na liderança de uma grande empresa que cobra altos padrões de excelência. Portanto, suas experiências compartilhadas foram a única base de orientação inicial.

Entretanto, após algum tempo, esse quadro mudou quando firmaram parcerias com outras grandes empresas do ramo, trazendo-as para dentro do seu processo.

A partir daí tivemos algumas mudanças, pois fizemos uma *network* que é muito colaborativa. Muitas pessoas que participavam das nossas mentorias queriam que nós garantíssemos uma vaga de emprego, o que é impossível. Então, decidimos firmar parcerias com empresas, tentando garantir vagas para os mentorados que se destacassem e capacitando-os para que fossem multiplicadores da nossa metodologia de desenvolvimento na empresa contratante.

Para P5, os meios de orientação e suporte são muito variados. Em alguns momentos é preciso se debruçar sobre livros, normas técnicas, participar de eventos, etc. Pode se fazer necessário buscar ajuda de outros profissionais. Outros casos mais difíceis precisarão de uma consultoria especializada.

Existe a necessidade de inovação para a própria sobrevivência do negócio. Os próprios parceiros buscam isso constantemente. Eu já criei uma rotina de pesquisar junto a clientes e buscar desenvolvimento pessoal para melhor atendê-los e administrar o meu negócio.

6. Considerações finais

Buscou-se, neste estudo, identificar de que maneira a formação universitária, bem como a própria universidade como instituição, tem colaborado para a cultura de inovação. Para tal, fez-se necessário entrevistar empreendedores inovadores e examinar suas visões sobre as contribuições da universidade para a realização de suas iniciativas.

Como principais pontos de contribuição para um ecossistema inovador, foi possível identificar que a experiência de formação universitária dos entrevistados teve forte impacto nos quesitos técnicos, bem como na formação de redes de relacionamento e integração profissional.

Entretanto, à luz das informações obtidas, para estes empreendedores há uma correlação imediata entre inovação e prática, e que neste ponto o ensino superior teve pouca relevância, como se constata nos seguintes comentários: P1: “Nas áreas em que são demandadas muito estudo, pesquisa, o ensino superior é muito válido. Mas na minha área que é muito prática, deixou muito a desejar”. P2: “Um cliente me demanda alguma coisa que eu sei que não existe. Então eu invento. Isso é um conhecimento que ainda tem que se construir. Se eu for pesquisar, não acho”. P3 “Se não tivesse apanhado tanto por não saber o que é empreender na prática, já teria realmente uma grande indústria. Quantos empregos eu poderia estar gerando? Com os produtos que eu tenho, o céu é o limite!”. P4: “O ensino superior é desbalanceado, muito focado em pesquisa, o que por um lado é muito bom. Porém, pouco contribui para a prática profissional. P5: “Inovação para mim é exercício. É ter uma ideia e colocá-la em prática, tentar pivotar. Muitas vezes ela vem do acaso, surge em um bate-papo com colegas, mas quando você tenta colocar em prática, vê que é um desastre”.

Percebe-se também, pelas sugestões dadas para aprimoramento do ensino superior em relação a empreendedorismo e inovação, na perspectiva dos entrevistados, a prática empreendedora está diretamente ligada à administração, tais como conhecimentos financeiros e contábeis, gestão de pessoas, logística, empreendedorismo e prática de operacionalização de negócios.

Como obstáculos à inovação, os pontos mais ressaltados foram de fato a burocracia e barreiras normativas. Todos os entrevistados também foram enfáticos em dizer que não acreditam, pelo menos a curto-médio prazo, que haverá avanços favoráveis nesses quesitos.

Tal sentimento não parece ser algo distante do senso comum. Em pesquisa realizada pela Harvard Business Review (2017), quase dois terços dos entrevistados sentiram que sua organização havia se tornado mais burocrática nos últimos anos.

Por fim, entende o pesquisador que ainda há um longo caminho para a construção de um ecossistema inovador e amigável ao indivíduo empreendedor. Na ótica dos entrevistados, a universidade brasileira tem contribuído de forma muito modesta. Mas, em outras instituições nacionais e em universidades no exterior, já vislumbram processos de melhor alinhamento entre a acadêmica e o empreendedor.

Como recomendação de pesquisas futuras ficam as propostas para que este estudo possa ser expandido para um número maior de participantes, que se estude quais abordagens as universidades no exterior vêm adotando como colaborador à inovação, bem como a aplicação e levantamento de resultados de algumas das práticas já sugeridas pelos entrevistados neste trabalho.

Referências

A burocracia é o maior problema para os empresários. **Revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios**. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 30 de maio 2018. Disponível em:

<https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2018/05/burocracia-e-o-maior-problema-para-os-empresarios-diz-camilla-junqueira-da-endeavor.html>. Acesso em: 10/09/2021.

BRASSCOM. **Falta profissional de software no Brasil**. São Paulo: Brasscom, 2019. Disponível em: <https://brasscom.org.br/falta-profissional-de-software-no-brasil/>. Acesso em: 10/09/2021.

CANTELE, L. F. **As relações universidade empresa: uma análise de Estratégias das unidades de gestão e Desenvolvimento tecnológico das universidades**. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo. 2006.

CARLSSON, Bo *et al.* **Knowledge creation, entrepreneurship, and economic growth: A historical review**. *Industrial and Corporate Change*, p. 1193-1229, 2009.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campos, 1999.

CLARK, B. R. **Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation**. Paris: IAU Press, 1998.

COHEN, R. A.; FINK, L. S. **Comportamento Organizacional: conceitos e estudos de casos**. 7 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

COSTA, V. M. G., CUNHA, J. C. **A Universidade e a Capacitação Tecnológica das Empresas**. Revista de Administração Contemporânea, v. 5, n. 1, p. 61-81, 2001.

COSTIN, C.; WOOD JUNIOR, T. **Criando alianças estratégicas entre universidades e empresas: o caso Uniemp**. Revista de Administração, v. 29, n. 2, p. 95-104, 1994.

ETZKOWITZ, H. **The triple Helix. University-industry-government relations: a laboratory for knowledge based economic development**. EASST Review 14, p. 14-19, 1995.

ETZKOWITZ, H., ZHOU, C. **Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo**. Estudos avançados 31, p. 90, 2017.

FREITAS, E. C., ARAÚJO, M. P. **Universidade e Empresas: Agentes de Inovação e Conhecimento para Práticas da Responsabilidade Social**. XXV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica/ANPAD (Brasília). Anais Eletrônicos. Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

HAACK, S. **Compêndio de Filosofia**. Nicholas, Bunnin e Tsui-James, E. P. (Org.) São Paulo: Edições Loyola, p. 1006, 2002.

HAMEL G., ZANINI, M.. What We Learned About Bureaucracy from 7,000 HBR Readers. **Harvard Business Review**. Nova York, 10 de ago. de 2017. Disponível em: <https://hbr.org/2017/08/what-we-learned-about-bureaucracy-from-7000-hbr-readers>. Acesso em: 10/09/2021.

HÉLICE CONSULTORIA. **Abordagem da Hélice Tríplice**. Rio de Janeiro: Hélice Consultoria, 2015. Color. Disponível em: <http://images.slideplayer.com.br/1/50369/slides/slide_16.jpg>. Acesso em: 01/08/2021.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

MENEGHEL, S. M., MELLO D. L., BRISOLLA S. N. **Relação universidade x empresa no Brasil: transformações recentes e Implicações para a avaliação Institucional.** Revista Diálogo Educacional, v. 3, n. 6, p. 29-52, 2002.

PLONSKI, G. A. **Cooperação universidade-empresa na Iberoamérica: estágio atual e perspectivas.** XVIII SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA (1994: São Paulo). Anais... São Paulo: USP/NPGCT/FIA, 1994. p. 361-376.

SCHUMPETER, J. **A teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SEGATTO-MENDES, A. P.; SBRAGIA, R. **O processo de cooperação universidade-empresa em universidades brasileiras.** Revista de Administração, São Paulo, v.37, n.4, p.58-71, 2002.

SILVEIRA, Andressa *et al.* **Estratégias e desafios do ensino remoto na Enfermagem.** Revista oficial do Conselho de Enfermagem, Salvador, v.11, n.5, p.6. 2020.

VASCONCELLOS, E.; WAACK, R.; VASCONCELLOS, L. **Inovação e competitividade.** XXI Encontro Anual da ANPAD (Angra dos Reis). Anais Eletrônicos. Rio de Janeiro: ANPAD, 1997.