

CONCURSO INOVA UNIS: um estudo de caso

INOVA UNIS CONTEST: a case study

Fabricio Pelloso Piurcosky

Centro Universitário do Sul de Minas, Brasil

E-mail: fabricio@unis.edu.br

Lívia da Silva Ciacci

Centro Universitário do Sul de Minas, Brasil

E-mail: livia.ciacci@unis.edu.br

Ernani de Souza Guimarães Junior

Centro Universitário do Sul de Minas, Brasil

E-mail: ernani.junior@unis.edu.br

Alessandro Messias Moreira

Centro Universitário do Sul de Minas, Brasil

E-mail: alessandromoreira@unis.edu.br

Jeferson Vinhas Ferreira

Centro Universitário do Sul de Minas, Brasil

E-mail: jeferson@unis.edu.br

RESUMO

Este trabalho trata de relatar uma ação institucional de incentivo ao desenvolvimento do empreendedorismo. Tal abordagem se justifica porque os eventos para discussão de ideias de negócios promovem a educação empreendedora e exercem um papel importante sobre a inovação e o desenvolvimento econômico dos países. O objetivo deste estudo é evidenciar uma prática realizada em 2016 e seus resultados.

Palavras-chave: empreendedorismo, inovação, *startup*.

ABSTRACT

This paper to report an institutional action to encourage the development of entrepreneurship. Such an approach is justified because the events for discussing business ideas promote entrepreneurship education and play an important role in innovation and

economic development in countries. The objective of this study is to demonstrate a practice conducted in 2016 and its results.

Keywords: entrepreneurship, innovation, startup.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho trata de relatar a implantação do Concurso Inova Unis no Centro Universitário do Sul de Minas como uma metodologia de ensino voltada para a formação de empreendedores de sucesso. Atentos à influência que os eventos com as temáticas de empreendedorismo e startups exercem em todo o mundo, criamos nossa metodologia baseada em competição para viabilizar o desenvolvimento de habilidades empreendedoras no meio acadêmico.

Centenas de universidades ao redor do mundo investem na educação empreendedora, oferecendo desde cursos até programas de aceleração. Nossa iniciativa vai de encontro a esse movimento, priorizando a aproximação entre o mundo empresarial e o acadêmico, sempre contando com o apoio do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Este estudo tem por objetivo apontar os resultados alcançados na edição do concurso Inova Unis de 2016, criar ferramentas e fornecer material para que os profissionais envolvidos nestes eventos possam aperfeiçoar suas metodologias e organização, além de traçar novas estratégias para desafiar os alunos a considerarem o empreendedorismo como opção de carreira.

2 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo foi utilizado pela primeira vez por Joseph Schumpeter, em 1950, ao se referir a uma pessoa responsável por transformar as inovações em oportunidades de negócios (DOLABELA, 2006). A ideia da necessidade de arriscar em algum negócio foi introduzida por Peter Drucker (MCCRAW, 2007), e Gifford Pinchot III inseriu o conceito de intraempreendedor em 1985. Em síntese, o empreendedor é aquele que assume os riscos de forma ativa, físicos e emocionais, creditando assim, a primeira definição sobre o tema à Marco Polo (DORNELAS, 2001).

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2009) apresenta alguns dados interessantes a respeito do empreendedorismo no Brasil. Segundo a pesquisa, a população empreendedora brasileira é composta em sua maioria por jovens, entre 18 a 34 anos, atingindo 52,5%. Do total de empreendedores, 20,8% estão na faixa de 18 a 24 anos, enquanto 31,7% encontram-se entre 25 e 34 anos.

Hoje no Brasil são crescentes os eventos e movimentos que buscam criar um ambiente propício à formação de novas ideias e o surgimento de novos empreendedores. Discutiremos a seguir a representatividade desses eventos vinculados à IES.

2.1 Empreendedorismo nas universidades

Ao buscar por referências mundiais de excelência em ensino para a carreira empreendedora, observamos especialmente os Estados Unidos, cujos resultados podem ser vistos em Babson College, Stanford e Baylor University, por exemplo. Essas universidades têm o empreendedorismo muito forte, inclusive, sendo muito comum o financiamento das faculdades por grandes empreendedores, algo que não é visto no Brasil (AGUIAR, 2013).

O Brasil percebeu e tem atuado no tema empreendedorismo recentemente, alguns exemplos são as atividades da Endeavor, iniciadas em 2000, e as agências de empreendedorismo e inovação da USP e UNICAMP criadas em 2003.

No relatório da Endeavor e Sebrae sobre empreendedorismo nas Universidades Brasileiras em 2016, percebeu-se que há, em média, apenas um centro responsável pela produção e disponibilização de atividades e programas de empreendedorismo em cada universidade. Desses centros, 44% são as próprias faculdades de administração, que não integram as necessidades da universidade como um todo. As instituições que não tem qualquer entidade interna para ações ligadas ao empreendedorismo somam 17,9% (RELATÓRIO, 2016).

Tais pesquisas sobre o papel da universidade brasileira como promotora do comportamento empreendedor apontam várias falhas, principalmente relacionadas à três questões:

- As universidades não possuem uma estrutura capaz de apoiar a jornada completa do empreendedor;
- A universidade está desconectada com o mercado;
- A universidade não estimula a inovação e o sonho grande do aluno. (Empreendedorismo nas universidades Brasileiras, 2016).

É sabido que as experiências vividas na universidade moldam as escolhas e comportamentos dos egressos, estratégias que insiram a cultura empreendedora nesse ambiente terão impacto direto na geração de renda, na concepção de novos negócios, no desenvolvimento tecnológico e econômico. Como citado por Etzkowitz (2003) a universidade concentra conhecimento e capital intelectual, sendo um local favorável à inovação, onde os estudantes são potenciais empreendedores.

Geralmente as IES ofertam disciplinas que mostram aos alunos como dar o primeiro passo, mas ainda são poucos os programas que visam um suporte em assuntos mais amplos, como gestão de novos negócios, franquias, inovação e tecnologia.

É preciso entender como o ensino superior estimula seus alunos a serem empreendedores, como prepara melhor os professores e agentes universitários para esse desafio, e quais tipos de ações são hoje tomadas nesse sentido (SEBRAE). Discutiremos adiante uma das ações adotadas para aprofundar a experiência de nossa instituição no tema empreendedorismo.

2.2 Empreendedorismo no Unis

Na data de 11/04/2014 foi implantado o Núcleo de Empreendedorismo do Grupo Unis – Neunis – que veio com o objetivo de desenvolver a cultura do empreendedorismo junto à comunidade acadêmica do Unis. Destaca-se, nesse sentido, que o Unis, visando o atendimento de seus propósitos de formar pessoas responsáveis, já possui em seus cursos de graduação as disciplinas de “Empreendedorismo” e “Criatividade e Inovação”. Os alunos ao estudarem as disciplinas elencadas, são sensibilizados a pensarem diferente, a procurarem estratégias diferenciadas de encarar o mercado de trabalho e principalmente conseguir visualizar possibilidades de se montar um negócio próprio.

A parceria com o Sebrae MG nasceu juntamente com o Neunis. As estratégias para o desenvolvimento de comportamentos empreendedores entre os anos de 2014 e 2015 incluíram:

- Rodadas de palestras com empreendedores locais – eventos chamados de Speak Day – visando despertar o interesse pelo empreendedorismo por meio da divulgação de histórias de sucesso;
- Duas edições do Concurso de Planos de negócios para universitários, para estimular e apoiar a criação de negócios a partir de ideias inovadoras;
- Cursos e oficinas oferecidas aos alunos em parceria com o Sebrae, para disseminar conhecimentos científicos sobre empreendedorismo;
- Capacitações sobre temas de empreendedorismo aos professores em parceria com o Sebrae.

Em 2016, diante de um cenário cada vez mais produtivo, o próprio desejo de querer fazer diferente da nova geração de alunos, bem como as novas experiências e benchmark realizados pelos envolvidos, o Concurso de Planos de negócios evolui para o Concurso Inova Unis. Uma iniciativa para permitir o “fazer”, o “aprender a aprender” e também para fomentar a discussão, o lúdico e ainda, muitas horas de capacitação durante todo o projeto. Assim, a prática é resultado da evolução das seguintes ações:



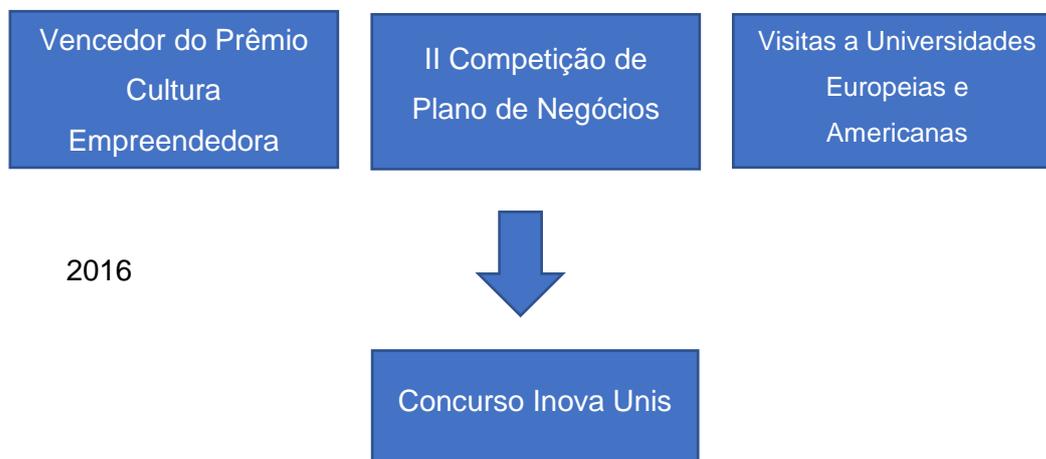


Figura 1: Histórico do Empreendedorismo no Unis. Fonte: Autores (2017)

3 METODOLOGIA

O presente artigo utiliza a pesquisa bibliográfica no sentido da definição do empreendedorismo e da cultura empreendedora e consulta de fontes diversas de informações publicadas. O estudo de caso é um estudo de natureza empírica que investiga um determinado fenômeno, dentro de um contexto real de vida. Trata-se de uma análise aprofundada de um ou mais objetos (casos), para que permita o seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 1996).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Apresenta-se nesta seção os resultados e discussões de como foram planejadas e executadas as ações durante e após a realização do concurso.

4.1 Planejamento e execução

O planejamento do Concurso se iniciou em março de 2016, com o objetivo de ser um evento inovador, além de estabelecer estratégias para aumentar o número de universitários que se interessam por criar novos negócios e transformar os setores de trabalho.

O lançamento do Concurso Inova Unis ocorreu no início do segundo semestre de 2016 com a palestra “Mindset avançado para alta performance pessoal” do palestrante André Zucca (parceria com o Sebrae). Nessa ocasião se iniciou o período de inscrições das equipes. Cada equipe de até 5 integrantes, que poderiam ser de cursos variados, escolheria uma das três categorias:

- I. Educação e gestão;
- II. Saúde e Bem-estar;
- III. Engenharia e Tecnologia.

Os alunos tiveram de agosto a outubro para desenvolver sua ideia de negócio ou produto, com o apoio dos professores em eventos oferecidos gratuitamente. O cronograma do concurso está disposto na tabela abaixo:

Tabela 1

1. Período de inscrição e entrega do resumo inicial da ideia (anexo 1)	01/08/2016 a 15/09/2016
2. Período para desenvolvimento do projeto	02/09/2016 a 28/10/2016
3. Data limite da entrega do resumo final (ANEXO II) e preenchimento do CANVAS no site do SEBRAE - https://www.sebraecanvas.com/#/	14/10/2016
4. Envio de um vídeo de até 5 minutos apresentando os resultados da equipe, contemplando os incisos I, II e III do Art. 14 desse regulamento.	14/10/2016
5. Avaliação dos projetos pela Comissão julgadora durante a feira de inovação no Via café Garden Shopping.	29/10/2016
6. Divulgação dos finalistas no site do UNIS (4 por categoria)	04/11/2015
7. Pitches dos finalistas para a banca de juízes durante o evento na semana global de empreendedorismo.	16/11/2016
8. Palestra Inovação e Excelência e Cerimônia de Premiação.	16/11/2015

Cursos e oficinas oferecidos durante o Concurso:

Tabela 2

Mês/ano	Ação	Público alvo
08/2016	Curso Design Thinking - Sebrae	Professores
09/2016	Curso Bootcamp - Sebrae	Professores
09/2016	Oficina de desenvolvimento de ideias	Equipes inscritas no concurso
10/2016	Oficina de modelo de negócio Canvas	Equipes inscritas no concurso
10/2016	Plantão de dúvidas	Equipes inscritas no concurso
11/2016	Oficina preparação de Pitch	Equipes inscritas no concurso

Os cursos e oficinas foram ofertados fora dos horários das aulas e abrangeram nossos dois públicos, professores e alunos inscritos no concurso, cumprindo uma importante etapa de embasamento teórico e prático. *Design Thinking* e *Bootcamp* ocorreram em parceria com o Sebrae, como ferramentas de capacitação para que os professores pudessem acompanhar mais de perto os projetos de inovação.

A oficina de desenvolvimento de ideias foi pensada no sentido de proporcionar um momento adequado para que os estudantes desenvolvessem criatividade e imaginação, essenciais na atuação de um empreendedor de sucesso.

A oficina sobre o modelo de negócios canvas possibilitou que as equipes cumprissem uma das etapas da competição, que era enviar um canvas completo sobre a ideia.

A culminância dos projetos em forma de feira de inovação ocorreu no Via Café Garden Shopping de Varginha. Tal parceria permitiu uma grande exposição dos projetos.

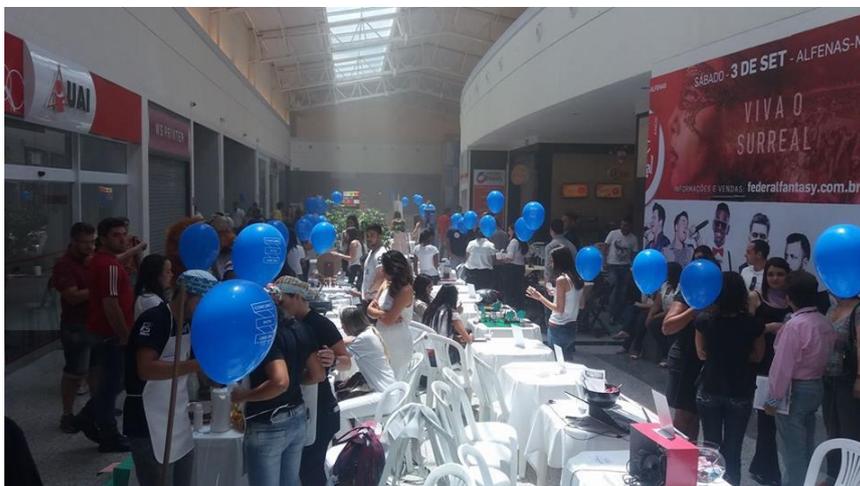


Figura 1. Montagem da feira de inovação no Via Café Garden Shopping de Varginha.

A Comissão julgadora foi constituída por professores, consultores e empresários. Os projetos foram analisados e avaliados pela Comissão julgadora, mediante os seguintes critérios:

- I. Identificação clara da necessidade de mercado e público alvo (problema);
- II. Proposta de solução do problema (produto, serviço, processo...) – Produto minimamente viável – MVP.
- III. Validação da solução apresentada;
- IV. Criatividade e inovação do trabalho.

Todos os finalistas foram premiados com uma Missão empreendedora à FINIT – Feira internacional de negócios, inovação e tecnologia – em Belo Horizonte – e participaram de uma oficina para preparar o Pitch para a grande final do concurso.

As equipes finalistas de cada categoria (9 equipes) apresentaram seus trabalhos em forma de pitches de cinco minutos em avaliação classificatória no dia 16/11/2016, durante a Mostra de empreendedorismo, inovação e negócios do sul de Minas (em parceria com o Sebrae).

Todos os alunos dos grupos classificados em primeiro lugar receberam uma bolsa de estudos integral para um dos cursos de extensão ofertados pelo UNIS. Os três melhores trabalhos receberam troféu de referência NEUNIS de Empreendedorismo e inovação – 2016. Os autores do projeto classificado em 1º lugar receberam como prêmio a viagem para o III Congresso Internacional Acinnet que acontecerá em 2017 na Universidad UCATEC em Cochabamba na Bolívia.

4.2 Pós Concurso

Além das capacitações voltadas ao desenvolvimento dos projetos dos alunos, o concurso Inova Unis promoveu capacitação a outros professores da instituição interessados em empreendedorismo. Tal incentivo formará a longo prazo uma rede de professores mentores, fortalecendo o viés empreendedor da universidade.

A experiência de organizar um evento de grande porte, proporcionou ainda o aprendizado em termos de estruturar fisicamente e financeiramente. O evento foi transmitido em tempo real para universidades estrangeiras e com participação de pessoas a distância.

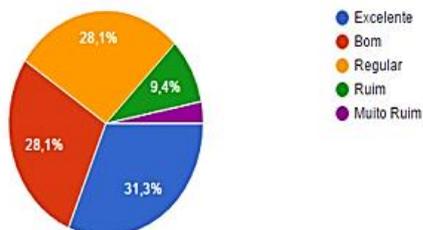
Alinhado ao objetivo de aproximar a IES do mercado e contribuindo fortemente para o sucesso do projeto, estiveram presentes as parcerias formadas na comunidade, dentre elas podemos citar:

- SEBRAE – MG – Sede Regional Sul – Instituição foi convidada a participar promovendo as capacitações e oferecendo suporte técnico.
- Via Café Garden Shopping – promovendo a divulgação e recebendo a Feira de Inovação em seu espaço.
- SINDVAR – sindicato do comércio varejista de varginha – apoio na avaliação dos projetos.
- ACIV – Associação comercial, industrial, agropecuária e serviços de varginha – apoio na avaliação dos projetos.

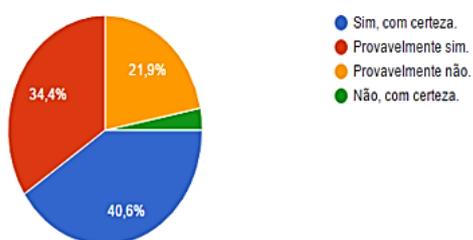
A experiência de projeto e de trabalho em equipe, bem como o exercer a liderança ou subordinação formaram uma espetacular vivência aos estudantes participantes. Lidar com o sucesso ou o fracasso de uma ideia também os forma enquanto profissionais e pessoas. Encerramos o semestre com uma pesquisa sobre a percepção dos participantes em formulário online (link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe0ll4yi4PNGl0pnpO_wwYnARiNrBG6Hq98C0Q_jkRbziXO4Q/viewform?c=0&w=1) . Resultados mostrados abaixo:

Gráfico 1. Resultados apurados pela pesquisa online.

Qual sua avaliação geral do Concurso Inova Unis? (32 respostas)



Você participaria de uma nova edição do Concurso Inova Unis? (32 respostas)



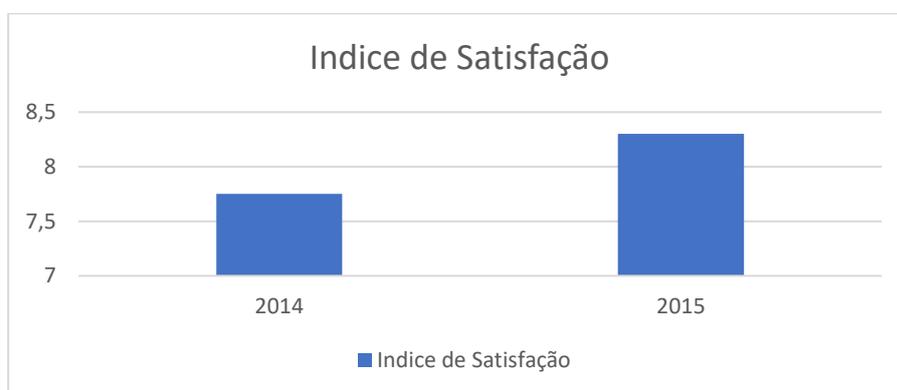
A pesquisa online ainda contou com um campo de resposta discursiva, dois exemplos abaixo:

“Parabéns a toda equipe, as ações do Neunis têm refletido de forma positiva para minha carreira profissional e pessoal. Obrigado - Pablo Neves”

“Participar do Inova Unis foi uma experiência muito importante e produtiva, pois tivemos a oportunidade de conhecer melhor o ambiente empreendedor. - Franciele de Jesus Souza.”

Também podemos observar um aumento do índice de satisfação dos alunos da instituição, de acordo com dados da Comissão permanente de avaliação (CPA).

Gráfico 2. Índice de satisfação dos alunos.



A Extensão Universitária é o processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade. O projeto do Concurso Inova Unis reforça a extensão uma vez que os participantes inscritos propõem soluções para problemas reais, buscam informações na sociedade e retornam seu aprendizado em forma de atividades de extensão. Observamos um aumento considerável de pessoas envolvidas com a extensão a partir da implementação do Concurso.

Partindo da premissa que competências empreendedoras precisam ser vivenciadas para serem adquiridas, o Concurso Inova Unis cumpriu seu papel de estender o acesso à experiências empreendedoras a todos os cursos de graduação e pós graduação.

Tabela 3

Resultado	Números
Participação de alunos em atividades promovidas pelo Concurso Inova.	534
Horas de capacitação	1836
Professores envolvidos	22
Eventos	7
Horas de visita técnica	240

4.3 Ações de continuidade

Pretendemos repetir em 2017 algumas estratégias que deram certo, sendo: Feira de Inovação em local público de grande circulação; Capacitações realizadas durante todo o processo do projeto, fomentando ainda mais a possibilidade de geração de negócio e ideias e formando na cidade um estímulo ao empreendedorismo, fazendo os participantes integrarem o conhecimento por meses; Continuar buscando a interação entre os cursos distintos com equipes heterogêneas; Estimular a participação dos alunos intercambistas (foram mais de 20); Realizar um evento com estrutura moderna para os finalistas; Convidar investidores para formação do grupo de juízes; Palestrante para o lançamento do concurso e outro no encerramento; Premiações voltadas para a temática do evento (Viagens para eventos internacionais e nacionais);

E como toda nova atitude, também houve aprendizados para refletirmos em 2017: Duração muito extensa (8 horas) da Feira de Inovação (cansativo); Prazos muito longos

entre as etapas do concurso, como por exemplo, a construção e envio dos vídeos; Grupos de alunos sem mentoria (para este ano foi opcional).

As metas futuras são ambiciosas, pretendemos incluir pelo menos 5 ou 8 universidades parceiras da América Latina e Europa para realizarem ainda em 2017 uma competição de inovação como eventos adicionais ao Inova Unis. Assim, após essa experiência será possível verificar a possibilidade de acelerar alguma ideia e abrigar em uma instituição de ensino que também tenha interesse. O Sebrae mais uma vez será parceiro das iniciativas e estará junto da equipe. Para 2018, a expectativa é de que o Concurso seja unificado e torne-se mundial, com duas fases: uma interna e outra com os campeões de cada universidade participante.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou relatar uma estratégia institucional para gerar desenvolvimento econômico e social na comunidade por meio do empreendedorismo.

Os resultados mostraram que por esse caminho os alunos são incentivados constantemente a procurarem o percurso de realização e conquista de seus sonhos, aliás, é no sonho que a instituição tem estruturado todas as suas campanhas institucionais, pois aqui se acredita que as pessoas podem ir além, sonhar auto, empreender e conquistar novos espaços. O UNIS reconhece e identifica muitos de seus egressos como empreendedores, já que encontram-se no mercado, nos mais diversos segmentos, gerando emprego e renda.

Estimular o desenvolvimento de características comportamentais empreendedoras é essencial, de forma a orientar tais participantes para que potencializem seus esforços na busca do que desejam. Essa é a contribuição principal do Concurso Inova Unis, causar mudanças na forma dos estudantes enxergarem o mundo e o meio empresarial.

Fica, por fim, a contribuição para que instituições de ensino possam atuar como agentes de fomentação ao empreendedorismo, e com isso, contribuir para o desenvolvimento do país e de seus cidadãos.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, R., S. O empreendedorismo em universidades. Inova Unicamp, 2013. Disponível em: <http://www.inova.unicamp.br/noticia/2589/>

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras. Relatório de Pesquisa. SEBRAE e ENDEAVOR. Disponível em: <http://info.endeavor.org.br/eub2016?esvt=-b&esvq=empreendedorismo%20nas%20universidades&esvadt=999999---1&esvcrea=187283663657&esvplace=&esvd=c&esvaid=50078&gclid=Cj0KEQjwqtjGBRD8yfi9h42H9YUBEiQAmki5OjhxMoKf7xHpvnoFR3FNEMFYn0HfcK7ddQ8iou-dt8kaAr3e8P8HAQ> Acesso em 20 março 2017.



GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil, 2006.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 1996.

SEBRAE. O que é ser empreendedor. 2006. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 01 mar 2016.

MCCRAW, T.K. Prophet of Innovation, **Harvard University Press**, p. 7-9, 2007.

PINCHOT III, G. Intrapreneurship. New York, **NY: Harper & Row**, 1985.