

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO**

José Aureliano Arruda Ximenes de Lima

COMPETIÇÕES DE PLANOS DE NEGÓCIOS: Uma alternativa de
Formação Empreendedora no ambiente acadêmico

**São Caetano do Sul
2023**

JOSÉ AURELIANO ARRUDA XIMENES DE LIMA

COMPETIÇÕES DE PLANOS DE NEGÓCIOS: Uma alternativa de
Formação Empreendedora no ambiente acadêmico

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Área de Concentração: Gestão e Regionalidade.

Orientadora: Prof.^a Dra. Maria do Carmo Romeiro

O presente trabalho foi realizado com o apoio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) pela concessão de incentivo financeiro para capacitação (Processo SEI n. 23484.000924/2021-59).

**São Caetano do Sul
2023**

FICHA CATALOGRÁFICA

LIMA, José Aureliano Arruda Ximenes de

Competições de Planos de Negócios: uma alternativa de Formação Empreendedora no ambiente acadêmico / José Aureliano Arruda Ximenes de Lima. – 2023.

399 f.: il.

Orientadora: Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro.

Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS, São Caetano do Sul, 2023.

1. Formação Empreendedora. 2. Competências Empreendedoras. 3. Processo Empreendedor. 4. Competições de Planos de Negócios. 5. Gestão para o desenvolvimento e regionalidade. I. Título. II. Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Prof. Dr. Leandro Campi Prearo

Pró-reitora de Pós-graduação e Pesquisa

Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro

Gestor do Programa de Pós-graduação em Administração

Prof. Dr. Eduardo de Camargo Oliva

Dissertação de Mestrado defendida e aprovada em 14/08/2023 pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro (orientadora) – (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Silvio Augusto Minciotti – (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Profa. Dra. Maria do Socorro de Assis Braun – (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará)

Dedico minha dissertação
ao meu Senhor **Jesus Cristo**
por sempre ouvir minhas orações e
por ser o meu alto retiro;
e a minha esposa **Rachel Serra**
por estar sempre me apoiando e
compreendendo minhas
madrugadas de estudos.

“Ninguém te poderá resistir todos os dias da tua vida.
Como fui com Moisés, assim serei contigo;
não te deixarei, nem te desampararei.”
(JOSUÉ, 1: 5)

Agradecimentos

Agradeço ao meu Senhor, **Jeová (D'us de Abraão, Isaque, Jacó)** por minha vida e salvação. Toda a honra e toda a glória para o meu **D'us**.

Agradeço a minha amada esposa, **Profa. Me. Rachel Lima Serra Ximenes** por ter me apresentado a salvação e ter me sustentado durante toda minha jornada de estudos do Mestrado. A **Profa. Me. Rachel Lima Serra Ximenes**, além de minha esposa: é minha colega de trabalho no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE); é líder do Grupo de Pesquisa de Educação Empreendedora (GPEDE); é idealizadora (junto comigo) do Programa de Germinação de Ideias (PGINI); é Vice-Coordenadora do PGINI; e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS).

Agradeço aos Homens de **D'us**, em especial ao **Bispo Fabrício Miguel**; aos intercessores e profetas: **Pastor Roberto Miguel, Pastor Eduardo Alves Irmão Francisco**; e ao **Pastor e Prof. Me. Fabiano Rocha** pelas orações e intercessões realizadas durante toda a jornada do Mestrado. O **Prof. Me. Fabiano Rocha**, além de um amigo: é meu colega de trabalho no IFCE e foi um dos orientadores pioneiros do PGINI 2020.

Agradeço a minha orientadora, **Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro** pela condução da orientação, pelas madrugadas de orientações e pelas valiosas contribuições na presente dissertação. A **Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro**, além de minha orientadora, é a atual Pró-reitora de Pós-Graduação e Pesquisa e a atual Pró-reitora de Inovação e Ensino da USCS.

Agradeço ao meu mentor, **Prof. Dr. José Wally Mendonça de Menezes**, atual Reitor do IFCE, por acreditar e me deixar “voar”.

Agradeço a minha mentora, **Profa. Dra. Joélia Marques de Carvalho**, atual Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PRPI) do IFCE, que sempre acreditou e incentivou meus projetos

Agradeço aos **Diretores-Gerais dos campi do IFCE** por acreditarem no PGINI, com destaque ao **Prof. Esp. Lourival Soares de Aquino Filho**, DG *campus* Baturité; ao **Prof. Dr. Francisco Antonio Barbosa Vidal**, DG *campus* Canindé e Vice-Coordenador do PGINI; ao **Prof. Dr. Jefferson Queiroz Lima**, DG *campus* Caucaia;

e ao **Prof. Me. José Alves de Oliveira Neto**, DG *campus* Tauá, por acreditarem nos meus projetos em especial no PGINI;

Agradeço aos meus pais, **José Ximenes de Lima e Maria Iraci Arruda Ximenes de Lima** (*in memoriam*), pela vida e exemplo de honestidade e fidelidade que me deram.

Agradeço aos meus irmãos, **Prof. Dr. José Maximiano Arruda Ximenes de Lima**, além de irmão: é meu colega de trabalho no IFCE e atual Chefe do Departamento de Artes (Fortaleza) e o **Prof. Dr. José Ticiano Arruda Ximenes de Lima**, pelos incentivos em voltar a estudar e buscar novas oportunidades.

Agradeço ao meu filho, **Tiago Elias Ximenes** e meus netos, **Ythan James Medeiros Ximenes, Ytallo Medeiros Ximenes e Arthur Steven Antão Dias Ximenes** por existirem com a graça e proteção de **D'us**.

Agradeço a **Profa. Dra. Maria do Socorro de Assim Braun**, colega de trabalho no IFCE, atual Chefe do Departamento de Pós-graduação do IFCE e uma das orientadoras pioneiras do PGINI 2020, por suas contribuições e parceria profissional.

Agradeço aos **orientadores de negócios do PGINI 2022**, aos **bolsistas de acompanhamento do PGINI 2020 e 2022** e aos **estudantes dos PGINI 2020 e 2022**, pela confiança nas minhas aulas, mentorias e orientações no PGINI 2020 e 2022.

Agradeço aos **colegas da turma Doutorado Concentrado II** (Universidade Federal de Campina Grande - UFCG) pelas parcerias e torcida mútua na jornada.

Agradeço ao Gestor do PPGA-USCS, **Prof. Dr. Eduardo de Camargo Oliva** pela condução e compreensão apresentada durante minha jornada do Mestrado;

Agradeço a minha primeira orientadora, **Profa. Dra. Isabel Cristina dos Santos**, ex-professora da USCS e atual professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), por suas orientações e inspirações nas etapas estruturantes dessa dissertação de Mestrado.

Agradeço aos **professores da PPGA-USCS**, pelos saberes e pela construção do conhecimento, com destaque ao **Prof. Dr. Silvio Augusto Minciotti**, por suas grandes contribuições em todos os *workshops*, na qualificação e na defesa do Mestrado.

Agradeço ao **Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)** pela concessão de incentivo financeiro para capacitação (Processo SEI n. 23484.000924/2021-59), que viabilizou a realização deste projeto.

LIMA, José A. A. X. D. **COMPETIÇÕES DE PLANOS DE NEGÓCIOS: Uma alternativa de Formação Empreendedora no ambiente acadêmico.** Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, SP, 2023.

RESUMO

Competições de Planos de Negócios (CPN) são estratégias de Formação Empreendedora, que visam: desenvolver Competências Empreendedoras; identificar oportunidades; modelar negócios inovadores; testar hipóteses; selecionar oportunidades viáveis; gerar protótipos de produtos e/ou serviços; reconhecer e premiar talentos; e ser uma *vitrine* para investidores. A pesquisa foi exploratória, na identificação e coleta dos dados mediante instrumento estruturado com 150 indicadores; não probabilística, com amostras selecionadas por tipicidade e intencionalidade; documental, mediante observação exploratória, dos documentos das quinze primeiras CPN entre as melhores universidades dos *rankings Times Higher Education (World e Latin America)* e IGC MEC; e descritiva, mediante observação exploratória e comparativa, na análise e interpretação dos dados. A pesquisa atendeu aos objetivos: (a) ao identificar 14 categorias e 65 indicadores do processo para as CPN, a partir dos modelos das competições selecionadas no ambiente acadêmico entre os anos de 2021 e 2023, sendo as categorias: (1) Captação de recursos, (2) Sensibilização e Publicidade, (3) Pré-Inscrição, (4) Formação preparatória, (5) Inscrição, (6) Seleção inicial, (7) Convocação inicial, (8) Formação inicial, (9) Semifinal, (10) Convocação dos finalistas, (11) Formação final, (12) Seleção final, (13) Premiação e (14) Controle; (b) ao delinear um Modelo Conceitual com 7 etapas e 12 fases para as CPN no ambiente acadêmico com as práticas mais frequentes de Formação Empreendedora, sendo as etapas: (1) Captar recursos, (2) Sensibilizar, (3) Preparar, (4) Selecionar, (5) Germinar, (6) Prototipar e (7) Premiar; (c) ao validar a consistência teórica do Modelo Conceitual, em relação aos achados: modelo de Aprendizagem Empreendedora de Schaefer e Minello; modelo ampliado das Competências Empreendedoras da *European Commission/McClelland*, sendo as congruências: etapas/fases, documentos, conteúdo programático, tarefas e critérios de avaliação das CPN. Quanto ao objetivo geral, foram identificadas 19 práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as CPN no ambiente acadêmico, sendo as práticas: (1) competições multicampi; (2) trilha competitiva única; (3) Formação preparatória individual, na modalidade remota; (4) inscrições por equipes multifuncionais; (5) Seleção inicial, na modalidade remota; (6) avaliações realizadas por jurados *Ad Hoc*; (7) apresentações *Pitch* gravadas, na Seleção inicial e nas avaliações remotas; (8) Formação inicial, na modalidade híbrida; (9) aulas, oficinas, *coworking*, orientações e mentorias em negócios; (10) Aprendizagem Validada no desenvolvimento de ideias e protótipos; (11) Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos; (12) Semifinal, na modalidade híbrida; (13) apresentações *Pitch* gravadas, na Semifinal e nas avaliações híbridas; (14) Formação final, na modalidade híbrida; (15) Seleção final, na modalidade presencial; (16) apresentações *Pitch*, na Seleção final avaliadas presencialmente; (17) premiações econômicas; (18) premiações não econômicas; (19) encaminhamentos.

Palavras-chave: Formação Empreendedora; Competências Empreendedoras; Processo Empreendedor; Competições de Planos de Negócios; Gestão para o desenvolvimento e regionalidade.

LIMA, José A. A. X. D. **BUSINESS PLANS COMPETITIONS:** An alternative for Entrepreneurial Training in the academic environment. Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, SP, 2023.

ABSTRACT

Business Plans Competitions (BPC) are Entrepreneurial Training strategies, which aim to: develop entrepreneurial skills; identify opportunities; model innovative business; test hypotheses; select viable opportunities; generate prototypes of products and/or services; recognize and reward talents; and be a showcase for investors. The research was exploratory, identifying and collecting data using a structured instrument with 150 indicators; non-probabilistic, with samples selected based on typicality and intentionality; documentary, through exploratory observation, of documents from the first fifteen BPC among the best universities in the *Times Higher Education* (World e Latin America) and IGC MEC rankings; and descriptive, through exploratory and comparative observation, in the analysis and interpretation of data. The research met the objectives: (a) by identifying 14 categories and 65 process indicators for BPC, based on the models of competitions selected in the academic environment between the years 2021 and 2023, the categories being: (1) Fundraising, (2) Awareness and Publicity, (3) Pre-Registration, (4) Preparatory Training, (5) Registration, (6) initial selection, (7) initial call, (8) Initial training, (9) Semi-final, (10) Call for finalists, (11) Final Training, (12) Final selection, (13) Awards and (14) Control; (b) by outlining a "Conceptual Model" with 7 steps and 12 phases for BPC in the academic environment with the most frequent practices of Entrepreneurial Training, the steps being: (1) Fundraising, (2) Sensitizing, (3) Prepare, (4) Select, (5) Germinate, (6) Prototype and (7) Reward; (c) by validating the theoretical consistency of the Conceptual Model, in relation to the findings: Schaefer and Minello's entrepreneurial learning model; expanded model of European Commission/McClelland entrepreneurial skills: with the congruencies being: steps/phases, documents, programmatic content, tasks and BPC evaluation criteria. Regarding the general objective, 19 most frequent practices in Entrepreneurial Training for BPC in the academic environment were identified, the practices being: (1) multi-campus competitions; (2) single competitive track; (3) individual preparatory training, in remote mode; (4) registrations by cross-functional teams; (5) Initial Selection, in remote mode; (6) evaluations carried out by Ad Hoc jurors; (7) recorded *Pitch* presentations, in the initial Selection and remote evaluations; (8) Initial training, in hybrid mode; (9) classes, workshops, coworking, business guidance and mentoring; (10) Validated Learning in the development of ideas and prototypes; (11) Problem-Based and Project-Based Cooperative Learning; (12) Semi-final selection, in hybrid mode; (13) recorded *Pitch* presentations, in the Semi-final selection and hybrid assessments; (14) Final training, in hybrid mode; (15) Final selection, in the face-to face modality; (16) *Pitch* presentations, in the final selection evaluated in person; (17) economic awards; (18) non-economic awards; (19) Referrals.

Keywords: Entrepreneurial Training; Entrepreneurial Competencies; Entrepreneurial Processes; Business Plans Competitions; Management for development and regionality

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AE	Aprendizagem Empreendedora
ANPAD	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração
AVA	Ambiente Virtual de aprendizagem
BPC	<i>Business Plans Competitions</i>
BPM	<i>Business Process Management</i>
BR	Brasil
CA1S	Critérios de avaliação da 1. ^a Seleção
CA1SSC	Critérios de avaliação da 1. ^a Seleção sem congruências
CA2S	Critérios de avaliação da 2. ^a Seleção
CA2SSC	Critérios de avaliação da 2. ^a Seleção sem congruências
CA3S	Critérios de avaliação da 3. ^a Seleção
CA3SSC	Critérios de avaliação da 3. ^a Seleção sem congruências
CAFe	Comunidade Acadêmica Federada
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CATS	<i>The Cambridge Academy of Therapeutic Sciences</i>
CCEs	Características Comportamentais Empreendedoras
CE	Competências Empreendedoras
CEFET/RJ	Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca
CEFET-MG	Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais
CEFETs	Centros Federais de Educação Tecnológica
CEmp	Centro de Empreendedorismo
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CP1F	Conteúdo programático da 1. ^a Formação
CP1FNS	Conteúdo programático da 1. ^a Formação não considerado
CP1FSC	Conteúdo programático da 1. ^a Formação sem congruências
CP2F	Conteúdo programático da 2. ^a Formação
CP2FNS	Conteúdo programático da 2. ^a Formação não considerado
CP2FSC	Conteúdo programático da 2. ^a Formação sem congruências
CPN	Competições de Planos de Negócios
D&T1S	Documentos e tarefas da 1. ^a Seleção
D&T1SSC	Documentos e tarefas da 1. ^a Seleção sem congruências
DIEMI	Divisão de Empreendedorismo e Inovação
EAESP	Escola de Administração de Empresas de São Paulo
EC	<i>European Commission</i>
EC/Mc	Modelo ampliado <i>European Commission/McClelland</i>

EE	Educação Empreendedora
FAQ	<i>Frequently Asked Questions</i>
FE	Formação Empreendedora
FGV	Fundação Getulio Vargas
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GPEDE	Grupo de Pesquisa em Educação Empreendedora
HARVARD	<i>Harvard University</i>
HBS	<i>Harvard's Business School</i>
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
IES	Instituições de Ensino Superior
IF Goiano	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano
IFB	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília
IFCE	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará
IFG	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
IFPA	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
IFRJ	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro
IFRN	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
IFS	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe
IFSP	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
IGC	Índice Geral dos Cursos
Inova-IFSP	Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia do IFSP
MEC	Ministério da Educação
MSI	<i>Management System Internacional</i>
MVP	<i>Minimum Viable Product</i>
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PCD	Programa Corredores Digitais
PE	Processo Empreendedor
PGINI	Programa Germinação de Ideias
PPGA	Programa de Pós-Graduação em Administração
PROPI-IFRN	Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação do IFRN
PRPI	Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação
Rede Federal	Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica
RUF	Rede Federal de Universidades
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECITECE	Secretaria da Ciência, Tecnologia e Educação Superior

SIFE	<i>Students in Free Enterprise</i>
SINOVA-UFSC	Departamento de Inovação da UFSC
SME	Secretarias Municipais de Educação
SPELL	<i>Scientific Periodicals Electronic Library</i>
T&D2SSC	Tarefas e documentos da 2ª seleção
T&D2SSC	Tarefas e documentos da 2.ª Seleção sem congruências
T&D3SSC	Tarefas e documentos da 3ª seleção
THE	<i>Times Higher Education</i>
TICs	Tecnologia de Informação e Comunicação
UFC	Universidade Federal do Ceará
UFG	Universidade Federal de Goiás
UFMS	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
UFPA	Universidade Federal do Pará
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UNB	Universidade de Brasília
UNICAMP	Universidade de Campinas
UNIFESP	Universidade Federal de São Paulo
USA	<i>United States of America</i>
USCS	Universidade Municipal de São Caetano do Sul
USP	Universidade de São Paulo
USP	Universidade de São Paulo
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná
UX	<i>User Experience</i>
WOS	<i>Web of Science</i>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil	41
Figura 2 – Pilares dos objetivos do Ensino do Empreendedorismo	48
Figura 3 – Conhecimentos Empreendedores segundo Cope (2005)	52
Figura 4 – Aprendizagem Empreendedora de Rae (2005).....	53
Figura 5 – Aprendizagem Empreendedora de Politis (2005).....	54
Figura 6 – Aprendizagem Empreendedora de Schaefer e Minello (2017).....	56
Figura 7 – Teoria das Necessidades Adquiridas de McClelland (1975)	58
Figura 8 – Competências Empreendedora da <i>European Commission</i> (2018)	62
Figura 9 – Processo Empreendedor de Timmons (2012).....	68
Figura 10 – Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014).....	72
Figura 11 – Ciclo de <i>feedback Lean Startup</i> (2012).....	75
Figura 12 – Macro ciclo do <i>Design Thinking</i> (2019)	76
Figura 13 – Declaração do problema <i>Design Thinking</i> (2019)	78
Figura 14 – Criação do <i>persona Design Thinking</i> (2019)	78
Figura 15 – Micro ciclo do <i>Design Thinking</i> (2019)	78
Figura 16 – Livros do Processo Empreendedor do <i>Testing Business Ideas</i> (2020) ..	80
Figura 17 – Processo Empreendedor do <i>Testing Business Ideas</i> (2020)	81
Figura 18 – Conceito de Formação Empreendedora	85
Figura 19 – Conceito de Competições de Planos de Negócios (CPN).....	98
Figura 20 – Áreas da <i>European Commission</i> X Forças do PE de Timmons	109
Figura 21 – Desenho estrutural: CPN da fundamentação	119
Figura 22 – Mapa da localização da população da pesquisa (<i>Google Maps</i>)	127
Figura 23 – 1. ^a Versão do instrumento de pesquisa estruturado (<i>MS Excel</i>)	129
Figura 24 – 2. ^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (<i>Google Forms</i>) ...	130
Figura 25 – 3. ^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (<i>Google Forms</i>) ...	130
Figura 26 – Fluxograma: processos e procedimentos (<i>MS Power Point</i>).....	133
Figura 27 – 4. ^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (<i>Google Forms</i>) ...	135
Figura 28 – 5. ^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (<i>Google Forms</i>) ...	135
Figura 29 – Mapa da localização da população da pesquisa (<i>Google Maps</i>)	140
Figura 30 – Resultados a partir do instrumento de pesquisa estruturado	141
Figura 31 – Nomes dos cursos na fase Pré-Formação	196
Figura 32 – Nomes dos cursos na fase 1. ^a Formação.....	197
Figura 33 – Nomes dos cursos na fase 2. ^a Formação.....	198
Figura 34 – Desenho estrutural para as CPN.....	273
Figura 35 – Modelo Conceitual para as Competições de Planos de Negócios	285
Figura 36 – Práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico.....	299
Figura 37 – Rede de coautoria sobre FE	328
Figura 38 – Frequência de palavras-chave sobre FE.....	329
Figura 39 – Redes de coautoria sobre CPN.....	338

Figura 40 – Frequência de palavras-chave sobre CPN.....	339
Figura 41 – Autores mais citados sobre CPN.....	340
Figura 42 – Print do Site das CPN (File responses).....	395
Figura 43 – Edital ou documento similar das CPN. (File responses)	397
Figura 44 – Ementas e/ou conteúdos detalhados (File responses).....	399

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Pesquisa WOS entre os construtos FE e CPN.....	38
Quadro 2 – Termos com maiores frequências no <i>Google Scholar</i>	45
Quadro 3 – Aprendizagem Empreendedores de Cope (2005).....	51
Quadro 4 – CCEs de McClelland (1990).....	61
Quadro 5 – Competências Empreendedora da <i>European Commission</i> (2018).....	65
Quadro 6 – Roteiro para identificar uma boa oportunidade PE Timmons (2012).....	69
Quadro 7 – Características desejáveis de uma equipe PE Timmons (2012).....	70
Quadro 8 – Processo Empreendedor de Timmons (2012).....	71
Quadro 9 – Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014).....	73
Quadro 10 – Processo Empreendedor ciclo do <i>Lean Startup</i> (2012).....	76
Quadro 11 – Processo Empreendedor do <i>Design Thinking</i> (2019).....	77
Quadro 12 – Processo Empreendedor do <i>Testing Business Ideas</i> (2020).....	82
Quadro 13 – Principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos.....	87
Quadro 14 – Principais práticas de ensino para o Empreendedorismo.....	87
Quadro 15 – Etapas e fases nas CPN na <i>Northeastern University</i>	89
Quadro 16 – Etapas e fases nas CPN na <i>San Jose State University</i>	89
Quadro 17 – Etapas e fases nas CPN na <i>National Cheng-Chi University</i>	90
Quadro 18 – Etapas e fases nas CPN na União Europeia.....	90
Quadro 19 – Etapas e fases nas CPN na <i>University of Colorado</i>	91
Quadro 20 – Etapas e fases na <i>BizComp</i>	91
Quadro 21 – Etapas e fases na <i>Challenge Cup</i>	92
Quadro 22 – Etapas e fases das CPN na Itália.....	92
Quadro 23 – Etapas e fases na <i>The YouWin! Competition</i>	93
Quadro 24 – Etapas e fases das CPN segundo Michael Colin Cant.....	94
Quadro 25 – Etapas e fases nas CPN na Suíça.....	94
Quadro 26 – Etapas e fases da <i>Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)</i>	95
Quadro 27 – Etapas e fases na <i>Businessplan Wettbewerb (BPW)</i>	96
Quadro 28 – Etapas e fases na <i>Emporia Entrepreneur Challenge</i>	96
Quadro 29 – Etapas e fases nas CPN do Sudoeste da China.....	97
Quadro 30 – Etapas e fases nas CPN da <i>University of Tokyo</i>	97
Quadro 31 – Análise: CE de McClelland X CE da <i>European Commission</i>	103
Quadro 32 – Comparativo CE McClelland X CE <i>European Commission</i>	105
Quadro 33 – Modelo ampliado da <i>European Commission/McClelland (EC/Mc)</i>	107
Quadro 34 – Áreas da <i>European Commission</i> X Forças do PE de Timmons.....	109
Quadro 35 – Congruências: PE X Modelo ampliado EC/Mc.....	114
Quadro 36 – Modelo ampliado EC/Mc X Processo Empreendedor (PE).....	115
Quadro 37 – Mapeamento estrutural: CPN da fundamentação.....	119
Quadro 38 – <i>Top 50 - THE World University Ranking 2023</i>	124
Quadro 39 – <i>Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023</i>	125
Quadro 40 – <i>Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021</i>	126

Quadro 41 – Categorias e indicadores do processo das CPN da fundamentação..	131
Quadro 42 – Presença do Empreendedorismo e das CPN nas IES	148
Quadro 43 – Amostra da pesquisa.....	151
Quadro 44 – Patrocinadores: fontes de recursos econômicos	208
Quadro 45 – Microprocessos: Timmons nas formações	211
Quadro 46 – Microprocessos: Baron e Shane nas formações	212
Quadro 47 – Microprocessos: <i>Lean Startup</i> nas formações	213
Quadro 48 – Microprocessos: <i>Design Thinking</i> nas formações	214
Quadro 49 – Microprocessos: <i>Testing Business Ideas</i> nas.....	216
Quadro 50 – Comparativo microprocessos congruentes da pesquisa	219
Quadro 51 – Resultados microprocessos Fundamentação teórica X Pesquisa	219
Quadro 52 – Mapeamento estrutural: CPN da pesquisa	221
Quadro 53 – Comparação estrutural CPN: Fundamentação teórica X Pesquisa	224
Quadro 54 – Documentos solicitados na fase Inscrição.....	225
Quadro 55 – Conteúdo programático sugerido (cursos) nas fases iniciais	227
Quadro 56 – Tarefas solicitadas nas formações iniciais	227
Quadro 57 – Documentos avaliados na fase 1. ^a Seleção	228
Quadro 58 – Critérios de avaliação na fase 1. ^a Seleção	230
Quadro 59 – Congruências: documentos e tarefas (fases iniciais)	231
Quadro 60 – Congruências: critérios, documentos e tarefas (fases iniciais).....	233
Quadro 61 – Nomenclatura do conteúdo para aplicação (fases iniciais).....	234
Quadro 62 – Conteúdo programático para as fases iniciais.....	235
Quadro 63 – Conteúdo, tarefas, documentos e critérios (fases iniciais).	237
Quadro 64 – Conteúdo programático sugerido (cursos) na fase 2. ^a Formação	238
Quadro 65 – Conteúdo programático sugerido (ementas) na fase 2. ^a Formação ...	239
Quadro 66 – Tarefas solicitadas nas fases 2. ^a Formação	239
Quadro 67 – Documentos avaliados na fase 2. ^a Seleção	240
Quadro 68 – Critérios de avaliação na fase 2. ^a Seleção	241
Quadro 69 – Congruências: tarefas e documentos (fases intermediárias).....	242
Quadro 70 – Congruências: critérios, tarefas e documentos (fases intermediárias)	244
Quadro 71 – Nomenclatura do conteúdo para aplicação (fases intermediárias).....	246
Quadro 72 - Conteúdo programático para as fases intermediárias	248
Quadro 73 – Conteúdo, tarefas, documentos e critérios (fases intermediárias).....	249
Quadro 74 – Tarefas solicitadas na fase 3. ^a Formação	250
Quadro 75 – Documentos avaliados nas seleções finais	252
Quadro 76 – Critérios de seleção utilizados nas seleções finais.....	253
Quadro 77 – Congruências: tarefas e documentos (fases finais).....	255
Quadro 78 – Congruências: critérios, tarefas e documento (fases finais)	257
Quadro 79 – Nomenclatura do conteúdo para aplicação (fases finais)	259
Quadro 80 – Conteúdo programático sugerido nas fases finais.....	260
Quadro 81 – Conteúdo, tarefas, documentos e critérios (fases finais).....	262
Quadro 82 – Categorias do processo para as CPN	263

Quadro 83 – Categorias e indicadores do processo para as CPN	271
Quadro 84 – Etapas/Fases do Modelo Conceitual para as CPN.....	273
Quadro 85 – Documentos, conteúdo, tarefas e critérios do Modelo Conceitual.....	287
Quadro 86 – Consistência teórica do modelo de aprendizagem	290
Quadro 87 – Consistência teórica do modelo de Competências Empreendedoras	292
Quadro 88 – Consistência teórica das etapas e fases das CPN da pesquisa	293
Quadro 89 – Consistência teórica dos documentos solicitados e avaliados	293
Quadro 90 – Consistência teórica do conteúdo programático ministrado	294
Quadro 91 – Consistência teórica das tarefas realizadas nas formações	295
Quadro 92 – Consistência teórica dos documentos avaliados	296
Quadro 93 – Consistência teórica dos critérios de avaliação	297
Quadro 94 – Termos relacionados ao tema e problemática.....	319
Quadro 95 – Ocorrências dos termos no Google Scholar	320
Quadro 96 – Algoritmos com operadores lógicos.....	321
Quadro 97 – Obras com maior impacto sobre FE	331
Quadro 98 – Produtividade de periódicos sobre CPN.....	337
Quadro 99 – Rede de aurores sobre CPN	339
Quadro 100 – Obras com maior impacto sobre CPN	341
Quadro 101 – Instrumento de análise: comparação entre as CE (F) (p. 1).....	343
Quadro 102 – Instrumento de Análise: comparação entre as CE (F) (p. 2)	345
Quadro 103 – Material para análise: comparação entre as CE (F)	347
Quadro 104 – Instrumento de análise: comparação entre CE X PE (F) (p. 1)	349
Quadro 105 – Instrumento de análise comparativa entre CE X PE (F) (p. 2).....	351
Quadro 106 – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (F)	353
Quadro 107 – Instrumento de tratamento: categorias do processo das CPN (F)....	355
Quadro 108 – Instrumento de tratamento: microprocessos das CPN (P)	383
Quadro 109 – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (P)....	385
Quadro 110 – Instrumento de tratamento: documentos seleção final das CPN (P)	387
Quadro 111 – Instrumento de tratamento: critérios da seleção final das CPN (P) ..	389

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – IES selecionadas preliminarmente para a pesquisa por <i>ranking</i>	142
Gráfico 2 – Amostra preliminar: País das IES	143
Gráfico 3 – Amostra preliminar: Estado ou região das IES	144
Gráfico 4 – Amostra preliminar: Cidade da Reitoria das IES.....	145
Gráfico 5 – Amostra da pesquisa X Amostra preliminar	149
Gráfico 6 – Amostra da pesquisa X <i>Ranking</i>	150
Gráfico 7 – Edital ou documentos similares das CPN	151
Gráfico 8 – Alcance de atuação das CPN	153
Gráfico 9 – Ano de execução das CPN.....	154
Gráfico 10 – CPN: evento único ou múltiplos eventos	154
Gráfico 11 – Modalidade de execução das CPN.....	155
Gráfico 12 – Quantidade de etapas de execução das CPN	156
Gráfico 13 – Microprocessos: Timmons 1. ^a Formação.....	157
Gráfico 14 – Microprocessos: Timmons na fase 2. ^a Formação	158
Gráfico 15 – Microprocessos: Baron e Shane na fase 1. ^a Formação	159
Gráfico 16 – Microprocessos: Baron e Shane na fase 2. ^a Formação	161
Gráfico 17 – Microprocessos: <i>Lean Startup</i> na fase 2. ^a Formação	162
Gráfico 18 – Microprocessos: <i>Design Thinking</i> na fase 1. ^a Formação	164
Gráfico 19 – Microprocessos: <i>Design Thinking</i> na fase 2. ^a Formação	165
Gráfico 20 – Microprocessos: <i>Design Thinking</i> na fase 3. ^a Formação	166
Gráfico 21 – Microprocessos: <i>Testing Business Ideas</i> na fase Pré-Formação	167
Gráfico 22 – Microprocessos: <i>Testing Business Ideas</i> na fase 1. ^a Formação	169
Gráfico 23 – Microprocessos: <i>Testing Business Ideas</i> na fase 2. ^a Formação	171
Gráfico 24 – Microprocessos: <i>Testing Business Ideas</i> na fase 3. ^a Formação	172
Gráfico 25 – Inscrições: Equipe X Individual	173
Gráfico 26 – Inscrições: Quantidade mínima de membros.....	174
Gráfico 27 – Perfil dos participantes nas inscrições das CPN.....	175
Gráfico 28 – Obrigação dos participantes de ter um orientador nas CPN	175
Gráfico 29 – Vínculo do orientador/mentor com a IES das CPN	176
Gráfico 30 – Tipo de documentos solicitados nas inscrições das CPN	177
Gráfico 31 – Acesso na fase 1. ^a Seleção	178
Gráfico 32 – Acesso na fase 2. ^a Seleção	178
Gráfico 33 – Acesso na fase 3. ^a Seleção	179
Gráfico 34 – Vínculo dos jurados com as IES na fase 1. ^a Seleção	180
Gráfico 35 – Vínculo dos jurados com as IES na fase 2. ^a Seleção	181
Gráfico 36 – Vínculo dos jurados com as IES na fase 3. ^a Seleção	181
Gráfico 37 – Modalidade das apresentações na fase 1. ^a Seleção	182
Gráfico 38 – Modalidade das apresentações na fase 2. ^a Seleção	183
Gráfico 39 – Modalidade das apresentações na fase 3. ^a Seleção	184
Gráfico 40 – Documentos avaliados na fase 1. ^a Seleção.....	185

Gráfico 41 – Documentos avaliados na fase 2. ^a Seleção.....	186
Gráfico 42 – Documentos avaliados na fase 3. ^a Seleção.....	187
Gráfico 43 – Documentos avaliados na fase 4. ^a Seleção.....	188
Gráfico 44 – Critérios de avaliação na fase 1. ^a Seleção	190
Gráfico 45 – Critérios de avaliação na fase 2. ^a Seleção	192
Gráfico 46 – Critérios de avaliação na fase 3. ^a Seleção	194
Gráfico 47 – Critérios de avaliação na fase 4. ^a Seleção	195
Gráfico 48 – Tarefas solicitadas na fase Pré-Formação	200
Gráfico 49 – Tarefas solicitadas na fase 1. ^a Formação	201
Gráfico 50 – Tarefas solicitadas na fase 2. ^a Formação	202
Gráfico 51 – Tarefas solicitadas na 3. ^a Formação.....	203
Gráfico 52 – Formas de premiações das CPN	204
Gráfico 53 – Tipos de recursos econômicos das CPN	205
Gráfico 54 – Valor dos recursos econômicos das CPN.....	206
Gráfico 55 – Origem dos recursos econômicos das CPN	207
Gráfico 56 – Tipos de encaminhamentos das CPN.....	208
Gráfico 57 – Ano X Frequência de publicações sobre FE	326
Gráfico 58 – Autores X Produtividade de artigos sobre FE	327
Gráfico 59 – Produtividade de periódicos sobre FE	327
Gráfico 60 – Ano (2003 a 2023) X Frequência de publicações sobre CPN.....	336
Gráfico 61 – Autores X Produtividade de artigos sobre CPN	337

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	31
1.1	Problema da pesquisa	34
1.2	Objetivos da pesquisa	34
1.2.1	Objetivo Geral	34
1.2.2	Objetivo específicos	34
1.3	Delimitação do estudo	35
1.4	Justificativa e relevância do trabalho	36
1.5	Organização do relatório do trabalho	39
1.6	Contribuições do trabalho	40
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	45
2.1	Formação Empreendedora (FE)	46
2.1.1	Aprendizagem Empreendedora (AE)	50
2.1.1.1	Aprendizagem Empreendedora – Cope (2005)	50
2.1.1.2	Aprendizagem Empreendedora – Rae (2005)	52
2.1.1.3	Aprendizagem Empreendedora – Politis (2005)	54
2.1.1.4	Aprendizagem Empreendedora – Schaefer e Minello (2017)	55
2.1.1.5	Consolidação da Aprendizagem Empreendedora	57
2.1.2	Competências Empreendedoras (CE)	58
2.1.2.1	Competências Empreendedoras – CCEs de McClelland (1990)	59
2.1.2.2	Competências Empreendedoras – European Commission (2018)	62
2.1.2.3	Consolidação das Competências Empreendedoras (CE)	67
2.1.3	Processo Empreendedor (PE)	68
2.1.3.1	Processo Empreendedor de Timmons (2012)	68
2.1.3.2	Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014)	71
2.1.3.3	Processo Empreendedor de Lean Startup (2012)	73
2.1.3.4	Processo Empreendedor do Design Thinking (2019)	76
2.1.3.5	Processo Empreendedor do Testing Business Ideas (2020)	80
2.1.3.6	Consolidação do Processo Empreendedor	82
2.1.4	Consolidação da Formação Empreendedora	84
2.2	Competições de Planos de Negócios (CPN)	86
2.2.1	Modelos de Competições de Planos de Negócios (CPN)	88
2.2.1.1	Modelo de CPN da Northeastern University	88
2.2.1.2	Modelo de CPN na San Jose State University	89
2.2.1.3	Modelo de CPN na National Cheng-Chi University	90
2.2.1.4	Modelo de CPN na União Europeia	90
2.2.1.5	Modelo de CPN na University of Colorado	91
2.2.1.6	Modelo de CPN na BizComp	91
2.2.1.7	Modelo de CPN na Challenge Cup	91
2.2.1.8	Modelo de CPN na Itália	92
2.2.1.9	Modelo de CPN na The YouWiN! Competition	93

2.2.1.10	Modelo de CPN segundo Michael Colin Cant.....	93
2.2.1.11	Modelo de CPN na Suíça	94
2.2.1.12	Modelo de CPN na Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)	95
2.2.1.13	Modelo de CPN na Businessplan Wettbewerb (BPW)	95
2.2.1.14	Modelo de CPN na Emporia Entrepreneur Challenge	96
2.2.1.15	Modelo de CPN nas Universidades do Sudoeste da China	96
2.2.1.16	Modelo de CPN da University of Tokyo	97
2.2.2	Consolidação das Competições de Planos de Negócios (CPN).....	98
2.3	Tratamento de dados da fundamentação teórica	99
2.3.1	Tratamento de dados – Competências Empreendedoras	99
2.3.2	Tratamento de dados – Processo Empreendedor	109
2.3.3	Tratamento de dados – Competições de Planos de Negócios	117
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	121
3.1	Caracterização e tipo de pesquisa	121
3.2	População e tipo da amostra da pesquisa.....	122
3.3	Técnica de coleta de dados.....	128
3.3.1	Instrumentos e materiais de pesquisa	128
3.3.2	Pré-testes do instrumento de pesquisa estruturado	129
3.4	Tratamento e análise de dados da pesquisa	135
4	RESULTADOS E ANÁLISE DA PESQUISA	139
4.1	Caracterização do locus e população da pesquisa	139
4.2	Perfil da amostra preliminar e da amostra da pesquisa	141
4.2.1	Amostra preliminar: Instituições de Ensino Superior (IES)	142
4.2.2	Amostra da pesquisa: Instituições de Ensino Superior (IES)	149
4.3	Características, processo, estrutural e fases das CPN da pesquisa.....	152
4.3.1	Características gerais das CPN.....	153
4.3.2	Processo Empreendedor das CPN.....	156
4.3.3	Características das inscrições das CPN.....	173
4.3.4	Características das seleções das CPN	177
4.3.5	Características das formações das CPN	196
4.3.6	Características das premiações das CPN	204
4.4	Análise dos resultados das CPN	209
4.4.1	Análise das características gerais das CPN	209
4.4.2	Análise dos microprocessos empreendedores das CPN.....	211
4.4.3	Análise das etapas e fases das CPN da pesquisa	221
4.4.4	Análise comparativa estrutural: Fundamentação teórica X Pesquisa.....	223
4.4.5	Análise das fases iniciais das CPN	224
4.4.6	Análise das fases intermediárias das CPN.....	237
4.4.7	Análise das fases finais das CPN.....	250
4.4.8	Análise da fase Premiação das CPN.....	254
4.5	Conclusões da pesquisa	263
4.5.1	Categorias e indicadores do processo para as CPN	263

4.5.2	Modelo Conceitual para as Competições de Planos de Negócios	273
4.5.3	Consistência teórica do Modelo Conceitual.....	289
4.5.4	Práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico	298
5	DISCUSSÃO TEÓRICA DOS RESULTADOS DA PESQUISA	301
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	307
	REFERÊNCIAS.....	309
	Apêndice A – Diretrizes para Fundamentação Teórica	319
	Apêndice B – Procedimentos Bibliometria Base Spell	321
	Apêndice C – Bibliometria Formação Empreendedora (FE)	325
	Apêndice D – Procedimentos Bibliometria Base Wos	333
	Apêndice E – Bibliometria Competições de Planos de Negócios (CPN).....	335
	Apêndice F – Instrumento de análise: comparação entre as CE (F) (p. 1).....	343
	Apêndice F – Instrumento de análise: comparação entre as CE (F) (p. 2).....	345
	Apêndice G – Material para análise: comparação entre as CE (F)	347
	Apêndice H – Instrumento de análise: comparação entre CE X PE (F) (p. 1).....	349
	Apêndice H – Instrumento de análise comparativa entre CE X PE (F) (p. 2).....	351
	Apêndice I – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (F).....	353
	Apêndice J – Instrumento de tratamento: categorias do processo das CPN (F).....	355
	Apêndice K – Instrumento de pesquisa estruturado para coleta dos dados.....	357
	Apêndice L – Instrumento de tratamento: microprocessos das CPN (P)	383
	Apêndice M – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (P)....	385
	Apêndice N – Instrumento tratamento: documentos seleção final das CPN (P).....	387
	Apêndice O – Instrumento de tratamento: critérios da seleção final das CPN (P) ..	389
	Apêndice P – Formulário online de inscrição do Modelo Conceitual.....	391
	Anexo A – Print do Site das CPN (File responses)	395
	Anexo B – Edital ou documento similar das CPN. (File responses)	397
	Anexo C – Ementas e/ou conteúdos detalhados (File responses).....	399

1 INTRODUÇÃO

Um formato evolutivo e cronológico sobre o Empreendedorismo pode ser ilustrado pela abordagem de Murphy, Liao e Welsch (2006, tradução nossa) que apresentaram ser no período entre os séculos XVI e XVII aquele que tratou a atividade empreendedora centrada nas práticas instrumentais que induziam a novas soluções, bens e serviços, tendo na abordagem de Cantillon a ênfase sobre risco e incertezas, bem como em Schumpeter que desenvolveu segundo Filion (1999, p. 7), à época, uma nova abordagem teórica centrada na inovação e, então, identificada por Landström e Benner (2010, p. 20, tradução nossa) como a Era Econômica.

Na sequência da evolução da abordagem sobre Empreendedorismo, um novo foco passou a investigar as características do empreendedor, ou seja, entra em evidência o estudo da pessoa e, assim, entre 1940 e 1970, as investigações envolveram o comportamento e traços de personalidade do empreendedor.

Esse período foi apresentado por Landström e Benner (2010, p. 20) como a Era das Ciências Sociais. A partir de então, até os dias atuais, predomina a Era dos Estudos de Gestão que segundo a classificação desses autores combina capital, mão de obra e plantas de produção, ou seja, os fatores de produção.

Nesse sentido, o *Global Entrepreneurship Monitor* (2020), afirma que o Empreendedorismo “é um fator essencial da saúde e da riqueza da sociedade, e um formidável motor do crescimento econômico” (2020, p. 20) e “uma das razões que credenciam o Empreendedorismo como uma das principais alternativas para o desenvolvimento econômico e social de um país é a capacidade potencial para a geração de ocupação e renda para a população” (2020, p. 100).

Ao direcionar o olhar para o ambiente acadêmico, a Educação Empreendedora (EE) pode desempenhar importante papel na Formação Empreendedora (FE) das futuras gerações, propiciando, assim, alternativas para que estudantes possam ser protagonistas de suas próprias vidas e no desenvolvimento econômico regional. Nesse sentido, Santos e Paula (2012, p. 66), afirmam que “as universidades, polos tecnológicos, dentre outras atividades, apoiam a abertura de novos empreendimentos locais, fortalecendo o desenvolvimento regional”. Audy (2017, p. 80) afirma que a Universidade tem o protagonismo no processo de desenvolvimento econômico e social da sociedade onde está inserida, abordagem reforçada por Santos e Pereira (2019, p. 487), no sentido de a educação e o conhecimento serem “recursos

transformadores da realidade e, assim, a experimentação e a prática devem despertar o novo que habita em cada estudante e em cada pesquisador.”

Registre-se também que, conforme definido por Demartini e Paoloni (2014, p. 669, tradução nossa), o capital empreendedor é um estoque de competências e atributos pessoais, que estão relacionadas à tomada de decisão e a comportamentos proativos, arriscados, inovadores e agressivos e, tais competências, não seriam uma condição inata do indivíduo, portanto, podem ser aprendidas.

Essas questões remetem, portanto, à procura por compreender melhor as práticas que possibilitem a formação do estudante empreendedor, observando-se que, em paralelo à abordagem de Araújo e Frigotto (2015, p. 76), a formação dos estudantes necessita contemplar o desenvolvimento de sujeitos autônomos, solidários e protagonistas.

O primeiro curso de Empreendedorismo no ambiente acadêmico segundo Katz (2003, p. 283, tradução nossa), foi realizado pelo Professor *Myles Mace* em 1947 na *Harvard's Business School (HBS)*, da *HARVARD UNIVERSITY*.

No Brasil, o ensino de Empreendedorismo segundo Fernandes (2013, p. 36-37), iniciou na disciplina ministrada em 1981 pelo Professor Ronald Degen no curso de especialização da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), da Fundação Getulio Vargas (FGV).

Nesse sentido, segundo Dolabela (2007, p. 127-128) desde 1988 o ensino de Empreendedorismo vem sendo estimulado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Instituto Euvaldo Lodi (IEL), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Ministério da Educação (MEC) através da curricularização¹ do Empreendedorismo nas escolas brasileiras. O autor afirma que nos Estados Unidos e na Europa o ensino de Empreendedorismo é ministrado por professores de administração, no entanto, no Brasil é possível encontrar professores de física, filosofia, jornalismo, ciências da computação, além de outras áreas do conhecimento, oferecendo esse conteúdo aos estudantes.

Num exemplo recente desse estímulo na curricularização do Empreendedorismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021) apresenta a cooperação técnica entre o MEC e o SEBRAE na tentativa de

¹ Inclusão do tema empreendedorismo nas disciplinas regulares do ensino regular.

“promover ações de inserção do Empreendedorismo no ensino formal e na formação de professores e estudantes, criando uma interação com o mercado profissional”.

Num contexto mais amplo, Kickul e Fayolle (2007, p. 4, tradução nossa) afirma que as universidades com programas de Empreendedorismo têm o desafio de desenvolver um currículo que atendam às necessidades de aprendizagem de seus estudantes que não se limita apenas na criação de novos negócios, ou seja, precisam abranger aspectos da gestão e desenvolvimento do negócio em estágios avançados.

Nesse sentido, Hashimoto (2013, p. 152-158) apresenta no seu estudo o conceito de Centro de Empreendedorismo (CEmp), que “pode ser definido como uma unidade existente dentro das Instituições de Ensino Superior (IES) com a missão de promover as iniciativas de natureza empreendedoras de sua comunidade”; e demonstra que nos CEmp as atividades práticas mais utilizadas são: seminários e *workshops*; palestrantes convidados; e Competições de Planos de Negócios (CPN).

Uma alternativa complementar à curricularização do ensino de Empreendedorismo, são as Competições de Planos de Negócios (CPN). Segundo Huffman e Quigley (2002, p. 408, tradução nossa), as CPN são eventos onde jurados avaliam os planos de negócios de estudantes que buscam avaliação e investimentos.

Na literatura, segundo Katz (2003, p. 288) e Naier (1980, tradução nossa) afirmam que uma das primeiras CPN no ambiente acadêmico, foi realizada entre 1978 e 1979 pela *Students In Free Enterprise* (SIFE), atualmente ENACTUS, com equipes de estudantes universitários.

No Brasil, segundo Fernandes (2013, p. 37) uma das primeiras CPN foi realizada em 1996 pela FGV, “responsável por uma versão da competição internacional Global Moot Corp, realizada pela Universidade do Texas em Austin desde 1984”.

No Ceará, Deison (2014) divulga uma das primeiras CPN promovida pela Secretaria da Ciência, Tecnologia e Educação Superior (SECITECE) do Governo do Ceará em 2014, junto aos estudantes das escolas públicas na região metropolitana de Sobral, chamada inicialmente de Projeto Corredores Digitais, atualmente chamado de Programa Corredores Digitais (PCD).

Desde 2016, diversas ações semelhantes vêm sendo implantadas no Estado do Ceará, dentre elas destaca-se o ciclo de formação em Empreendedorismo inovador, que segundo Vasconcelos e Saraiva Junior (2016) foi lançado e promovido desde 2016 pelo CEmp da Universidade Federal do Ceará (UFC), que reuniu na

versão inicial, estudantes ativos e egressos da graduação no campus Fortaleza, atualmente chamado de Programa de Estímulo ao Empreendedorismo Inovador ou simplesmente chamado de Empreende UFC.

Em 2020, segundo Ximenes, Lima e Miranda (2022) foi realizado o Desafio Científico de Pesquisas de Germinação de Ideias de Negócios Inovadores, lançado e promovido no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) pelo Grupo de Pesquisa em Educação Empreendedora (GPEDE), que reuniu estudantes dos cursos técnicos e de graduação dos *campi* de Caucaia, Fortaleza, Canindé, Baturité e Tauá; em 2022 passou a ser chamado de Programa de Germinação de Ideias de Negócios Inovadores ou simplesmente Programa Germinação de Ideias (PGINI) com a participação de estudantes dos cursos técnicos e de graduação em vinte dos trinta e três *campi* do IFCE.

1.1 Problema da pesquisa

Considerando que as Competições de Planos de Negócios (CPN) no ambiente acadêmico podem contribuir na formação e preparação dos estudantes para uma prática simulada na criação de novos negócios.

Considerando a diversidade de modelos e modalidades de ofertas de CPN: sem e com capacitação/formação; organizado por empresas educacionais ou comerciais, no ambiente público ou privado; de curta ou longa duração.

Considerando a escassez de estudos sobre a formação de empreendedores através das CPN. Surge o seguinte problema de pesquisa: **Quais as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora, identificadas nas Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico?**

1.2 Objetivos da pesquisa

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora, para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico.

1.2.2 Objetivo específicos

- a) Identificar as categorias e os indicadores do processo, para as Competições de Planos de Negócios, a partir dos modelos das competições selecionadas no ambiente acadêmico entre os anos 2021 e 2023;
- b) Delinear um Modelo Conceitual para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico, com as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora;
- c) Analisar a consistência teórica da Formação Empreendedora do Modelo Conceitual.

1.3 Delimitação do estudo

A pesquisa visa investigar instituições de ensino superior (IES) públicas e privadas que ofertem uma Formação Empreendedora (FE) aos seus estudantes mediante Competições de Planos de Negócios (CPN). Nesse sentido, foi delimitado por tipicidade e intencionalidade as seguintes características das CPN:

1. A CPN deve ser organizada por uma instituição de ensino superior e/ou por estudantes da IES com apoio institucional;
2. A CPN deve ser executada no ambiente acadêmico e por conta virtualização e mudanças operacionais provocadas pela pandemia da COVID-19, deve ter sido executada entre os anos de 2021 e 2023;
3. As inscrições para a CPN têm que ter pelo menos um estudante com matrícula ativa na instituição;
4. As propostas de negócios para a CPN devem estar em estágio de ideação² (semente), não acolhendo assim propostas em estágio de pré-aceleração e/ou com um MVP.

No estabelecimento da população da pesquisa, foi delimitado a consulta e utilização de três *rankings* de universidades:

² Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021), ideação é o momento de “buscas de respostas e formatação do negócio”. Nessa fase, “os empreendedores projetam soluções inovadoras, [...] as dores que a *startup* vai resolver não são tão claras, [...] não existe a certeza de que o projeto tem potencial de decolar”.

- I. *Times Higher Education (THE) World University Ranking - 2023*³, um dos *rankings* internacionais mais antigos e abrangentes da atualidade (realizado desde 2004, com 1.799 instituições em 104 países).
- II. *THE Latin America University Rankings - 2023*⁴, um dos *rankings* regionais mais abrangentes da atualidade (realizado desde 2016, com 197 instituições em 15 países), sendo este *ranking* adotado na seleção das instituições de ensino públicas e privadas no Brasil (filtro: BRAZIL).
Índice Geral do Curso (IGC) *ranking* 2021⁵, um dos *rankings* brasileiros mais antigos e abrangentes da atualidade (realizado desde 2004, com 2012 instituições brasileiras), sendo este *ranking* adotado na seleção das instituições públicas de ensino técnico e tecnológico (médio e superior) no Brasil.

1.4 Justificativa e relevância do trabalho

Segundo Fayolle (2013, p. 700, tradução nossa), o futuro da Educação Empreendedora está relacionado principalmente à relevância, autoconsistência, utilidade, eficácia e eficiência dos cursos e programas de Empreendedorismo nos diversos níveis de educação e formação.

Nesse sentido, significa que a aprendizagem do Empreendedorismo e os resultados do Empreendedorismo devem satisfazer as necessidades sociais e econômicas de todos os envolvidos.

Conforme Lott (2021, p. 71) o Ensino do Empreendedorismo precisa de investimentos em novos modelos que encorajem “para a abertura de um novo negócio”, para o intraempreendedor e que crie “valor e contribuir diretamente para a obtenção de resultados”.

As Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico buscam contribuir na Formação Empreendedora e na transformação da realidade das partes envolvidas, podendo se tornar num instrumento de desenvolvimento regional.

³ *Rankings* produzidos pelo *Times Higher Education* – THE, em parceria com a ELSEVIER, que fornece dados de desempenho em universidades no cenário global desde 2004 (Times Higher Education, 2022).

⁴ *Rankings* produzidos pelo *Times Higher Education* – THE, em parceria com a ELSEVIER, que fornece dados de desempenho em universidades no cenário da América Latina desde 2016 (Times Higher Education, 2023).

⁵ *Ranking* produzido pelo Ministério da Educação do Brasil, que fornece dados de desempenho em universidades brasileiras desde 2004 (Brasil, 2023).

Dessa forma, elege-se como objeto de estudo as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico ocorridos nos anos de 2021 a 2023.

Quanto ao ineditismo e originalidade do estudo, analisando a quantidade de documentos encontrados na base *Web of Science* (WOS), através do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) via acesso da Comunidade Acadêmica Federada (CAFe) realizado em 04/01/2023. Nesse sentido, foram identificados os resultados a seguir (Quadro 1):

- 4.223 resultados (documentos) na consulta ampla (OR) dos termos em inglês: *“Entrepreneurship Education” or “Entrepreneurial Education” or “Education for Entrepreneurship” or “Entrepreneurship Training” or “Entrepreneurial Training” or “Training for Entrepreneurship” (Topic)* (Web of Science, 2023a);
- 81 resultados (documentos) na consulta ampla (OR) dos termos em inglês *“Business Plan Challenge” or “Business Model Challenge” or “Business Ideas Challenge” or “Business Plan Competition” or “Business Plan Competitions” or “Business Model Competition” or “Business Model Competitions” or “Business Ideas Competition” or “Business Ideas Competitions” or “Startup Challenge” or “Startup Competition” or “Startup Competitions” (Topic)* (Web of Science, 2023b);
- 19 resultados (documentos) na consulta de intercessão (AND) entre os resultados anteriores (4.223 AND 81) através do comando: *“Business Plan Challenge” or “Business Model Challenge” or “Business Ideas Challenge” or “Business Plan Competition” or “Business Plan Competitions” or “Business Model Competition” or “Business Model Competitions” or “Business Ideas Competition” or “Business Ideas Competitions” or “Startup Challenge” or “Startup Competition” or “Startup Competitions”) AND (“Entrepreneurship Education” or “Entrepreneurial Education” or “Education for Entrepreneurship” or “Entrepreneurship Training” or “Entrepreneurial Training” or “Training for Entrepreneurship” (Topic)* (Web of Science, 2023c).

Esses dados, demonstram a baixa produção acadêmica na temática Formação Empreendedora (FE) e Competições de Planos de Negócios (CPN), portanto, demonstra a relevância da pesquisa construída. Nesse sentido, o percurso bibliométrico completo pode ser consultado nos apêndices:

Apêndice A – Diretrizes para Fundamentação Teórica;

- Apêndice B – Procedimentos Bibliometria Base Spell;
 Apêndice C – Bibliometria Formação Empreendedora (FE);
 Apêndice D – Procedimentos Bibliometria Base Wos;
 Apêndice E – Bibliometria Competições de Planos de Negócios (CPN).

Quadro 1 – Pesquisa WOS entre os construtos FE e CPN

Dia e hora	Tipo	Pesquisar consulta e resultados	Base de dados	Resultados
04/01/2023 às 2:33 PM	Pesquisar	<i>“Entrepreneurship Education” or “Entrepreneurial Education” or “Education for Entrepreneurship” or “Entrepreneurship Training” or “Entrepreneurial Training” or “Training for Entrepreneurship” (Topic)</i>	Coleção principal da WOS	4.223
04/01/2023 às 2:36 PM	Pesquisar	<i>“Business Plan Challenge” or “Business Model Challenge” or “Business Ideas Challenge” or “Business Plan Competition” or “Business Plan Competitions” or “Business Model Competition” or “Business Model Competitions” or “Business Ideas Competition” or “Business Ideas Competitions” or “Startup Challenge” or “Startup Competition” or “Startup Competitions” (Topic)</i>	Coleção principal da WOS	81
04/01/2023 às 2:39 PM	Pesquisar	<i>(“Business Plan Challenge” or “Business Model Challenge” or “Business Ideas Challenge” or “Business Plan Competition” or “Business Plan Competitions” or “Business Model Competition” or “Business Model Competitions” or “Business Ideas Competition” or “Business Ideas Competitions” or “Startup Challenge” or “Startup Competition” or “Startup Competitions”) AND (“Entrepreneurship Education” or “Entrepreneurial Education” or “Education for Entrepreneurship” or “Entrepreneurship Training” or “Entrepreneurial Training” or “Training for Entrepreneurship”) (Topic)</i>	Coleção principal da WOS	19

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de WOS.

Na conclusão do trabalho, se apresenta: as categorias e os indicadores do processo para as CPN; um Modelo Conceitual para as CPN no ambiente acadêmico contendo as práticas mais frequentes nos processos de Formação Empreendedora; a consistência teórica do Modelo Conceitual; e as práticas mais frequentes nos processos na Formação Empreendedora para as CPN no ambiente acadêmico.

Espera-se, ainda, que essa pesquisa venha inspirar a elaboração de novos estudos que aprofundem o conhecimento, inclusive, sob outros olhares e análises.

1.5 Organização do relatório do trabalho

A estrutura de apresentação dessa dissertação de mestrado, além desse primeiro capítulo, é apresentada outros cinco capítulos, as referências, os apêndices e os anexos.

O capítulo 2 apresenta a fundamentação teórica, que discute a Formação Empreendedora e as Competições de Planos de Negócios a partir dos achados nas pesquisas bibliométricas. Quanto à Formação Empreendedora, a discussão discorre sobre a Aprendizagem Empreendedora, as Competências Empreendedoras e os principais processos empreendedores; quanto às Competições de Planos de Negócios, a discussão discorre sobre conceitos, modelos e as práticas identificadas na fundamentação teórica; e os achados a partir do tratamento de dados da fundamentação teórica.

O capítulo 3 apresenta os procedimentos metodológicos, onde se registra a caracterização e tipo de pesquisa; a população e o tipo da amostra; as técnicas de compilação, tratamento e análise dos dados da pesquisa.

O capítulo 4 apresenta os resultados obtidos, composto da caracterização do *locus* da pesquisa; o perfil das universidades selecionadas para a pesquisa; os resultados obtidos a partir do instrumento de pesquisa estruturado para coleta de dados da amostra selecionada; os resultados a partir da pesquisa documental (Competições de Planos de Negócios); os aprendizados obtidos a partir dos materiais e instrumentos de pesquisa; o Modelo Conceitual para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico, com as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora; a consistência teórica do Modelo Conceitual; e análise dos resultados obtidos na pesquisa.

O capítulo 5 apresenta a discussão teórica dos resultados onde foi exposto à remissão dos conceitos dos autores dos construtos: Formação Empreendedora (Aprendizagem Empreendedora, Competências Empreendedoras e Processo Empreendedor) e Competições de Planos de Negócios.

O capítulo 6 apresenta as considerações finais, com a apresentação das conclusões e novos caminhos de pesquisa. Ao final da dissertação, segue dezesseis (16) apêndices construídos durante toda a pesquisa e 3 anexos.

1.6 Contribuições do trabalho

A pesquisa propõe gerar novas reflexões e impactos nos programas de Empreendedorismo nas instituições de ensino públicas e privadas no tocante à uma Formação Empreendedora, relacionados às Competições de Planos de Negócios. A compreensão dos modelos e das práticas mais frequentes para as Competições de Planos de Negócios, aqui identificadas e analisadas, tendem a contribuir no dimensionamento e reflexão das experiências e práticas, bem como facilitar a disseminação desses eventos em outras instituições, a partir do material gerado e disponibilizado na presente pesquisa.

Nesse sentido, segue as seguintes contribuições:

- a) Para o IFCE, a análise sugere a avaliação e adequações da 3.^a edição do PGINI (ofertada para os estudantes com matrículas ativas no IFCE) que será planejada e executada em 2024, com fomento interno e/ou externo;
- b) Para as escolas, faculdades e universidades públicas e privadas no estado do Ceará⁶, a análise sugere a elaboração, planejamento, fomento e execução do:
 - i. PGINI Jovem (a ser ofertado para os estudantes com matrículas ativas no ensino fundamental e médio nas escolas no estado do Ceará);
 - ii. PGINI Universitário (a ser ofertado para os estudantes com matrículas ativas nas faculdades e universidades no estado do Ceará);
- c) Para a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (Rede Federal) e para Rede Federal de Universidades (RUF), a análise sugere a elaboração, planejamento, fomento e execução do PGINI Nacional (a ser ofertado para os estudantes com matrículas ativas na Rede Federal ou RUF) realizado mediante convênio institucional entre o IFCE e as instituições de ensino com fomento externo do IFCE;
- d) Para os ecossistemas de inovação, a análise sugere as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as CPN.

⁶ realizado como extensão tecnológica mediante convênio institucional entre o IFCE e as instituições de ensino públicas e privadas com fomento externo do IFCE.

Outras contribuições indiretas da pesquisa, são os possíveis impactos nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) das Nações Unidas no Brasil (Figura 1).

Figura 1 – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil



Fonte: Captura de imagem do site das Nações Unidas Brasil (2023)

Nesse sentido, a análise sugere atender os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis das Nações Unidas Brasil (2023):

- a) ODS 4: Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos:
- ODS 4.3 – Ao assegurar a igualdade de acesso à educação técnica, profissional e superior de qualidade e gratuita;
 - ODS 4.4 – Ao aumentar o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e Empreendedorismo;
 - ODS 4.5 – Ao garantir a igualdade de acesso a todos os níveis de educação e formação profissional para os mais vulneráveis, incluindo as pessoas com deficiência, povos indígenas e as crianças em situação de vulnerabilidade;
 - ODS 4.7 – Ao garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de

gênero, promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável;

- ODS 4.b – Ao ampliar o número de bolsas de estudo, para o ensino técnico e superior, incluindo programas de formação profissional, de tecnologia da informação e da comunicação, técnicos, de engenharia e programas científicos;
- ODS 4.c – Ao contribuir para o aumento do contingente de professores qualificados.

b) ODS 5: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas:

- ODS 5.5 – Ao contribuir na garantia da participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública;
- ODS 5.b – Ao contribuir no aumento do uso de tecnologias de base, em particular as tecnologias de informação e comunicação, para promover o empoderamento das mulheres;

c) ODS 8: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno, emprego produtivo e trabalho decente para todos:

- ODS 8.3 – Ao promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, Empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das pequenas, micro e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros;
- ODS 8.6 – Ao contribuir na reduzir substancialmente a proporção de jovens sem emprego, educação ou formação;
- ODS 8.b – Ao contribuir no desenvolvimento e operacionalização de uma estratégia global para o emprego dos jovens e implementar o pacto mundial para o emprego da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

d) ODS 9: Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação:

- ODS 9.5 – Ao fortalecer a pesquisa científica, incentivando a inovação e aumentando substancialmente o número de trabalhadores de pesquisa e desenvolvimento;
 - ODS 9.b – Ao apoiar o desenvolvimento tecnológico, a pesquisa e a inovação;
 - ODS 9.c – Ao contribuir no aumento do acesso às tecnologias de informação e comunicação (TICs).
- e) ODS 10: Reduzir a desigualdade nos países e entre eles:
- ODS 10.1 – Ao contribuir na alavancagem e crescimento sustentável da renda dos mais pobres a uma taxa maior que a média nacional;
 - ODS 10.2 – Ao contribuir no empoderamento e promoção da inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica;
- f) ODS 12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentável:
- ODS 12.2 – Ao contribuir na formação para uma gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais;
 - ODS 12.5 – Ao contribuir para uma cultura na geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso;
 - ODS 12.8 – Ao contribuir na difusão de informações relevantes e na conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza.

Nesse sentido, a análise sugere contribuições significativas para as instituições de ensino que buscam desenvolver ou aperfeiçoar uma competição de planos de negócios com as práticas mais frequentes de Formação Empreendedora

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica apresentada a seguir, a partir das indicações da pesquisa bibliométrica e bibliográfica, visou detalhar o pensamento dos autores mais relevantes na discussão acerca da Formação Empreendedora (FE) e das Competições de Planos de Negócios (CPN).

No percurso preparatório da pesquisa bibliométrica, foi realizado um estudo objetivando encontrar as diretrizes para a composição da fundamentação teórica. Os procedimentos das diretrizes estão descritos e detalhados no Apêndice A.

Os procedimentos ocorreram em duas etapas, gerando os termos com maiores frequências: (1) listar os principais termos relacionados ao tema e a problemática da pesquisa; (2) identificar a frequência/ocorrência dos principais termos em português e inglês no buscador do *Google Scholar*.

Os principais termos (Quadro 2) em português foram obtidos no Google Scholar (2022): (a) Educação Empreendedora com frequência de 2.450, (b) Formação Empreendedora com frequência de 941 e (c) Competições de Planos de Negócios com frequência de 49; em inglês foram: (d) *Entrepreneurship Education* com frequência de 26.800, (e) *entrepreneurship Training* com frequência de 19.300 e (f) *Business Plan Competition (BPC)* com frequência de 1.720.

Quadro 2 – Termos com maiores frequências no *Google Scholar*

Termos	Frequências
Educação Empreendedora	2.450
Formação Empreendedora	941
Competições de Planos de Negócios	49
<i>Entrepreneurship Education</i>	26.800
<i>Entrepreneurship Training</i>	19.300
<i>Business Plan Competition</i>	1.720

Fonte: Elaborado pelo autor (2022) a partir do Google Scholar

Para a pesquisa bibliométrica, os termos foram aglutinados em 02 construtos:

- a) Formação Empreendedora – FE (Educação Empreendedora OR Formação Empreendedora OR *Entrepreneurship Education* OR *Entrepreneurship Training*);

- b) Competições de Planos de Negócios – CPN (Competições de Planos de Negócios OR *Business Plan Competition*).

Para o construto Formação Empreendedora, utilizou-se a Base de dados *Scientific Periodicals Electronic Library – SPELL* (2022), sendo selecionados, inicialmente, 164 publicações, das quais após análise bibliométrica foi relacionado 25 artigos (15,2% da amostra) de maior impacto e relevância, sendo lidos e utilizados na construção da fundamentação teórica sobre Formação Empreendedora. Os procedimentos da consulta bibliométrica estão descritos e detalhados no Apêndice B, e a pesquisa bibliométrica está descrita e detalhada no Apêndice C.

Para o construto, Competições de Planos de Negócios (CPN) utilizou-se a Base de dados Web of Science (2022), sendo selecionados, inicialmente, 36 publicações, das quais, após análise bibliométrica, foram relacionados 25 artigos (69,4% da amostra) de maior impacto e relevância, sendo lidos e utilizados na construção da fundamentação teórica sobre Competições de Planos de Negócios. Os procedimentos da consulta bibliometria estão descritos e detalhados no Apêndice D, e a pesquisa bibliométrica está descrita e detalhada no Apêndice E.

Nesse sentido, a discussão empreendida, constituiu o suporte da fundamentação teórica construída e que possibilitou a consolidação das categorias e indicadores do processo das CPN da fundamentação, necessária para o atendimento dos objetivos dessa pesquisa.

2.1 Formação Empreendedora (FE)

Filion (1999, p. 19) afirma que “o empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios”. Dolabela (2008, p. 61) diz que “empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro”. Ries (2012, p. 3) afirma que “Empreendedorismo é administração”. Rocha e Freitas (2014, p. 482) afirmam que “empreendedor é aquele que não mede esforços para abrir e administrar seu próprio negócio, gerando emprego e renda para a sociedade”. Araújo e Davel (2018, p. 2) afirmam que “os estudos

internacionais sobre Educação Empreendedora enfocam a formação de empreendedores para a criação de negócios inovadores”.

Conforme os autores supracitados, o empreendedor é um dos agentes fomentadores do Empreendedorismo e conseqüentemente do desenvolvimento econômico, pessoal e regional, contribuindo diretamente na geração emprego e renda mediante novos negócios inovadores; no entanto, é preciso ofertar uma Educação Empreendedora que propiciem uma Formação Empreendedora que desenvolva o futuro e atual empreendedor os conhecimentos, habilidades e atitudes que contribuam na construção de uma jornada empreendedora eficaz.

Cruz Júnior, Araújo, Wolf e Ribeiro (2006, p. 19) afirmam que as instituições de ensino têm o importante papel na promoção da Formação Empreendedora. De semelhante modo, Henrique e Cunha (2008, p. 116) afirmam que as Instituições de Ensino Superior – IES devem buscar inserir em “suas grades curriculares [...] o ensino de Empreendedorismo em conjunto com as práticas didático-pedagógicas mais recomendadas para essa abordagem.” Nassif, Amaral, Pinto, Soares e Prando (2009, p. 83) afirmam que “um empreendedor pode ser formado” através do desenvolvimento de Competências Empreendedoras.

É indubitável a importância e o papel das instituições de ensino na formação e desenvolvimento das Competências Empreendedoras da próxima e atual geração de empreendedores. Os autores ratificam assim a necessidade de inovar o caminho e práticas pedagógicas que desenvolvam a criatividade e a busca por oportunidades.

Neck e Greene (2011, p. 56, tradução nossa) afirmam que o Empreendedorismo não pode ser ensinado. O que pode ser ensinado é um método de Educação Empreendedora que vai além de entender, saber e falar. Se faz necessário saber usar, saber aplicar e saber agir; e o mais importante, é um método que requer prática.

Ries (2012, p. 16) afirma que uma teoria sobre o Empreendedorismo precisa ter uma abordagem que lastrei todas as etapas de criação de um novo negócio: “visão e conceito, desenvolvimento de produto, Marketing e vendas, aumento de escala, parcerias e distribuição, e estrutura e desenho organizacional.” O autor complementa ainda essa teoria deve permitir que previsões sejam testadas, que tenha um “método de medir o progresso” e que possa dar orientações claras sobre decisões estratégicas:

investimentos, infraestrutura, parcerias, pivotagem⁷ e sobre quando expandir o negócio.

Rocha e Freitas (2014, p. 468), citam os objetivos da Educação Empreendedora segundo a *European Commission* (EC), os quais são (Figura 2):

- Desenvolver espírito empreendedor entre os estudantes;
- Treinar estudantes para abrir uma empresa e administrá-la;
- Desenvolver habilidades empreendedoras necessárias para identificar e explorar oportunidades de negócios. Segue a representação dos objetivos.

Figura 2 – Pilares dos objetivos do Ensino do Empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Rocha e Freitas (2014).

Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015, p. 433-434) afirmam que o ensino superior no Brasil necessita melhorar sua Educação Empreendedora com uma “abordagem prática e de interação com os empreendedores e seu mundo real.” Eles afirmam, ainda, que o ensino superior “têm por função promover ambientes propícios à aprendizagem e ao desenvolvimento do Empreendedorismo, com palestras, *workshops*, atividades práticas e de redes de relacionamento, dentre outros, em frequente vínculo com” pré-incubadoras.

Segundo Schaefer e Minello (2016, p. 78) afirmam que a Educação Empreendedora tem “especificidades que a diferem da educação tradicional”, a mesma deve além de transmitir, deve desenvolver o conhecimento do “saber ser”, do

⁷ Segundo Ries (2012, p. 139), pivotagem é uma correção de rota e/ou ideia “projetada para testar uma nova hipótese fundamental acerca do produto, da estratégia e do motor de crescimento”.

“aprender a aprender”, do “saber tornar-se” e do “saber passar à ação”, em um novo processo pedagógico de ensino-aprendizagem. Afirmam ainda que os estudantes devem assumir seu “processo de aprendizagem”, enquanto os professores devem “atuar como catalizador e facilitador, utilizando novos instrumentos e técnicas didático-pedagógicas voltados à Educação Empreendedora”.

Os objetivos do Ensino do Empreendedorismo da *European Commission* colaboram com a ótica de que o Empreendedorismo não pode ser ensinado, pois, desenvolver um espírito empreendedor, administrar uma empresa e desenvolver habilidades empreendedoras requer do aprendiz um protagonismo na sua formação. Colabora também que deve lastrear todas as etapas de criação de empresas. Nesse sentido, uma Formação Empreendedora não pode se limitar à educação tradicional, ela precisa de métodos e processos pedagógicos que simulem o ambiente empresarial desde sua criação, propiciando assim uma Aprendizagem Empreendedora, prática e vivencial.

Oliveira, Melo e Muylder (2016, p. 51) em sua pesquisa com professores e estudantes do ensino superior, observaram “que a Educação Empreendedora, e mesmo o Empreendedorismo como área do conhecimento, ainda está focada no Empreendedorismo tradicional de negócios.” Nesse sentido, os autores afirmam que “deve-se inovar e empreender em educação”.

Ghobril, Baker, Rokop e Carlson (2020, p. 49) afirmam que a Educação Empreendedora é muito mais do que a oferta de cursos de Empreendedorismo, requer uma estratégia e um conjunto de recursos integrados que alavancam o envolvimento dos estudantes em projetos reais onde eles possam perceber valor, movendo passo a passo para criação de uma mentalidade e comportamento empreendedores.

Vidal, Pereira, Ximenes e Lima (2023, p. 7956-7957) afirmam que a Aprendizagem Cooperativa fornece “uma maior conexão com os educandos”, “maior interatividade” e que “na educação de adultos e jovem há marcos-chave” alinhados a um processo de Aprendizagem Cooperativa, autônoma, criativa, informacional, docência mediadora e facilitadora, metodologias ativas e “protagonismo do aluno na ação educativa”.

Empreendedorismo requer inovação, e Educação Empreendedora requer inovação na forma de uma aprendizagem que desenvolva habilidades de criação de novos negócios, principalmente inovadores.

2.1.1 Aprendizagem Empreendedora (AE)

Segundo Rae e Carswell (2000, p. 224, tradução nossa), Aprendizagem Empreendedora é um processo de autoaprendizagem, no qual o indivíduo desenvolve suas próprias teorias a partir das experiências pessoais e de outros. Bitencourt (2004) afirma que alguns elementos de aprendizagem oferecem suporte ao desenvolvimento de competências e cita três princípios da aprendizagem organizacional: a abordagem coletiva (interação entre as pessoas); o desenvolvimento contínuo (visão processual); e a ênfase em ações (práticas de trabalho). Santos (2004, p. 44), afirma que “a aprendizagem é, portanto, um processo de construção do conhecimento de si, do mundo das pessoas e coisas, provocado por uma necessidade (motivo) que visa um objetivo, que gera uma ação, que culmina na mudança de comportamento (ela é cíclica, integrativa, pessoal, gradual e complexa)”.

2.1.1.1 Aprendizagem Empreendedora – Cope (2005)

Cope (2005, p. 380, tradução nossa) afirma que os conhecimentos empreendedores que devem ser aprendidos são:

- Aprender sobre si;
- Conhecendo o negócio;
- Aprendendo sobre o ecossistema empreendedor;
- Aprendendo sobre gestão de pequenos negócios;
- Aprender sobre a natureza e gestão dos relacionamentos.

O autor descreve 15 microconhecimentos empreendedores distribuídos entre 05 tipos de conhecimentos empreendedores a serem adquiridos.

No conhecimento – Aprender sobre si, temos os microconhecimentos: (1) compreensão dos próprios pontos fortes e fracos; (2) mudança de função de alguém dentro do negócio; (3) necessidades e objetivos pessoais e familiares; (4) áreas de desenvolvimento pessoal; e (5) interesses e motivações pessoais.

No conhecimento – Conhecendo o negócio, temos os microconhecimentos: (6) compreensão dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças do negócio; (7) necessidades internas de negócios; (8) requisitos para o crescimento; (9) áreas para

desenvolvimento; (10) compreender e liderar a equipe; e (11) direcionamento para o futuro.

No conhecimento – Aprendendo sobre o ecossistema empreendedor, temos os microconhecimentos: (12) como gerenciar relacionamentos com clientes, fornecedores e concorrentes existentes e potenciais; e (13) valorizar e maximizar o relacionamento com agências de assessoria e serviços de apoio.

No conhecimento – Aprendendo sobre gestão de pequenos negócios, temos o microconhecimento: (14) como administrar e controlar o negócio, incluindo procedimentos e sistemas importantes, como estruturas de recrutamento, salários e recompensas e monitoramento financeiro.

No conhecimento – Aprender sobre a natureza e gestão dos relacionamentos, (15) abrange tanto os relacionamentos internos (para a empresa) quanto os externos. Essa última aprendizagem é parte integrante dos outros quatro conhecimentos.

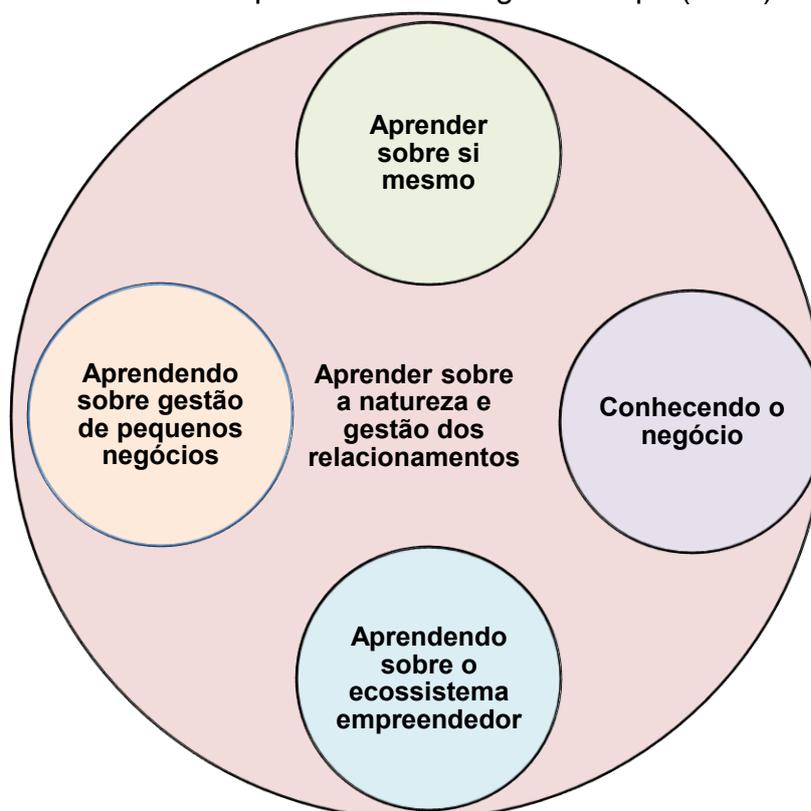
O modelo de Aprendizagem Empreendedora de Cope (2005) relaciona um caminho de Aprendizagem Empreendedora buscando desenvolver Competências Empreendedoras que atendam as demandas internas e externas de uma organização. o autor esclarece que os conhecimentos relacionados no “Aprender sobre a natureza e gestão dos relacionamentos” são adquiridos na consolidação e interação das outras 4 competências empreendedoras. Segue apresentação do modelo de Aprendizagem Empreendedora de Cope (Quadro 3 e Figura 3).

Quadro 3 – Aprendizagem Empreendedores de Cope (2005)

Conhecimentos	microconhecimentos
Aprender sobre si;	(1) Compreensão dos próprios pontos fortes e fracos;
	(2) Mudança de função de alguém dentro do negócio;
	(3) Necessidades e objetivos pessoais e familiares;
	(4) Áreas de desenvolvimento pessoal;
	(5) Interesses e motivações pessoais.
Conhecendo o negócio;	(6) Compreensão dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças do negócio;
	(7) Necessidades internas de negócios;
	(8) Requisitos para o crescimento;
	(9) Áreas para desenvolvimento;
	(10) Compreender e liderar a equipe;
	(11) Direcionamento para o futuro.
Aprendendo sobre o ecossistema empreendedor;	(12) Como gerenciar relacionamentos com clientes, fornecedores e concorrentes existentes e potenciais;
	(13) Valorizar e maximizar o relacionamento com agências de assessoria e serviços de apoio
Aprendendo sobre gestão de pequenos negócios;	(14) Como administrar e controlar o negócio, incluindo procedimentos e sistemas importantes, como estruturas de recrutamento, salários e recompensas e monitoramento financeiro.
Aprender sobre a natureza e gestão dos relacionamentos.	(15) Abrange tanto os relacionamentos internos (para a empresa) quanto os externos. Essa última aprendizagem é parte integrante dos outros quatro conhecimentos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Figura 3 – Conhecimentos Empreendedores segundo Cope (2005)



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

2.1.1.2 Aprendizagem Empreendedora – Rae (2005)

Rae (2005, p. 326, tradução nossa) descreve um modelo de Aprendizagem Empreendedora com três temas principais:

- Emergência pessoal e social;
- Aprendizagem Contextual;
- Relações empresariais negociadas.

No tema – Emergência pessoal e social, temos os condicionantes para o desenvolvimento da identidade empresarial norteadas pelos seguintes subtemas: (a) construção narrativa de identidade mediante as experiências pessoais, (b) papel da família mediante o histórico empreendedor familiar, (c) identidade como prática mediante as experiências profissionais realizadas e (d) tensão entre a identidade atual e a futura mediante a insatisfação pessoal entre o que é, e o deseja ser.

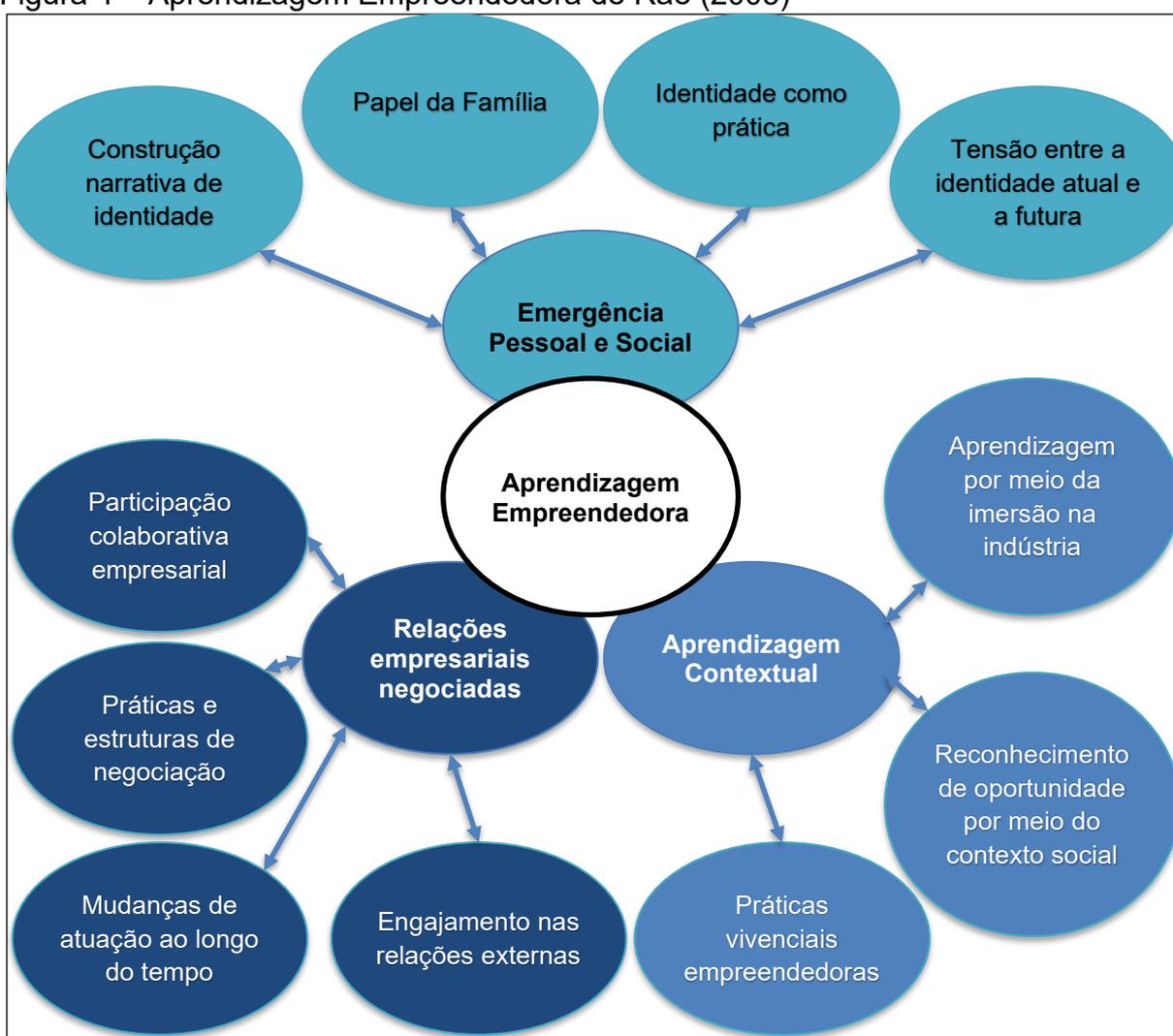
No tema – Aprendizagem Contextual, temos os condicionantes para o desenvolvimento da intuição e capacidade de identificar oportunidades norteadas pelos seguintes subtemas: (a) aprendizagem por meio da imersão na indústria, (b)

reconhecimento de oportunidade por meio do contexto social e (c) as práticas vivenciais empreendedoras.

No tema – relações empresariais negociadas, temos os condicionantes para as fontes de desenvolvimento das ideias e aspirações pessoais norteadas pelos seguintes subtemas: (a) participação colaborativa empresarial, (b) práticas e estruturas de negociação, (c) mudanças de atuação ao longo do tempo e (d) engajamento nas relações externas.

Segundo Rae (2005), a Aprendizagem Empreendedora é um processo integrado entre a história pessoal e familiar do aprendiz, as experiências pessoais no mundo do trabalho e os relacionamentos vivenciados com outros indivíduos ou organizações. Segue apresentação do modelo de aprendizagem de Rae (Figura 4).

Figura 4 – Aprendizagem Empreendedora de Rae (2005)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Rae (2005, p. 236, tradução nossa).

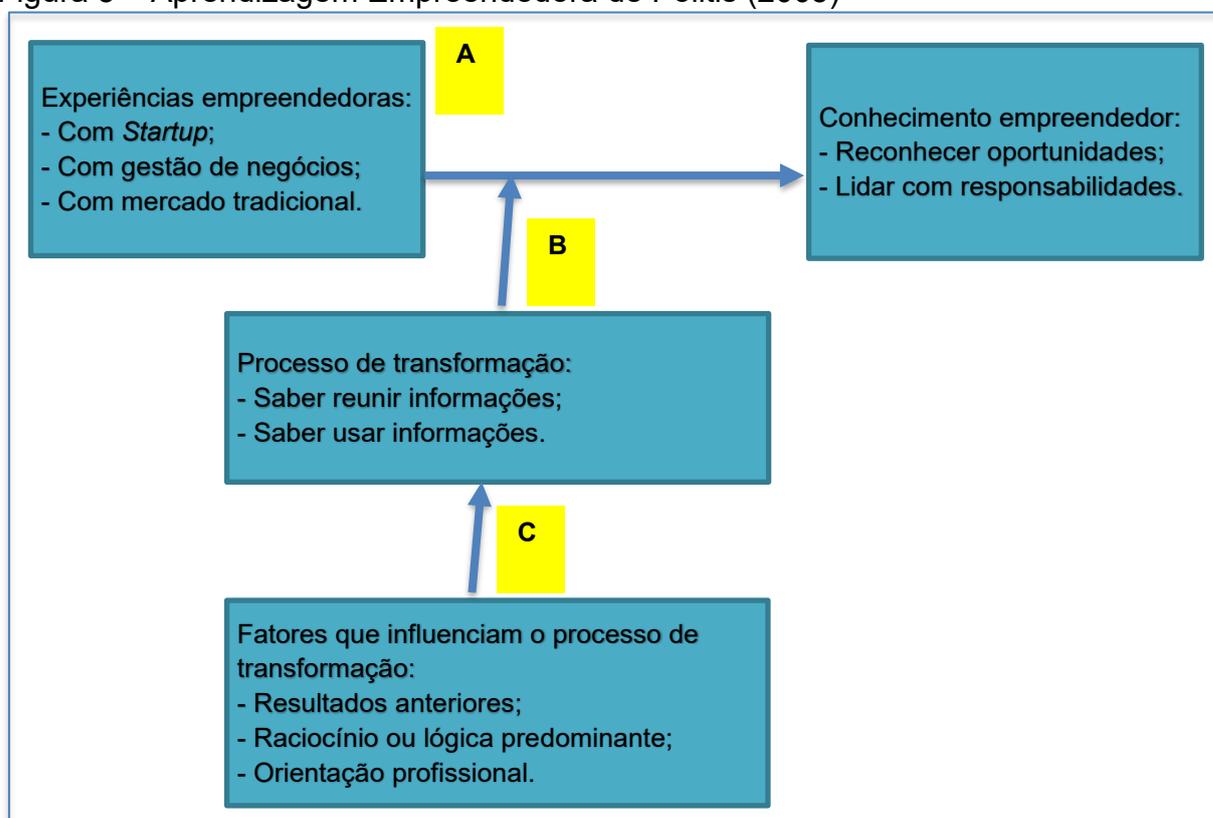
2.1.1.3 Aprendizagem Empreendedora – Politis (2005)

Politis (2005, p. 401, tradução nossa) afirma que a Aprendizagem Empreendedora é frequentemente descrita como um processo contínuo que facilita o desenvolvimento do conhecimento necessário para reconhecer oportunidades e lidar com responsabilidades na criação e gestão de novos empreendimentos. Essa aprendizagem é consequência dos seguintes fatores:

- Experiências empreendedoras: com Startup, com gestão de negócios; com mercado tradicional;
- Processo de transformação: saber reunir informações, saber usar informações;
- Fatores que influenciam o processo de transformação: resultados anteriores, raciocínio ou lógica predominante e orientação profissional.

No resultado dos fatores é gerado o conhecimento empreendedor no reconhecimento de oportunidades e no saber lidar com responsabilidades. Segue apresentação do modelo de Politis (Figura 5).

Figura 5 – Aprendizagem Empreendedora de Politis (2005)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Politis (2005, p. 401, tradução nossa).

2.1.1.4 Aprendizagem Empreendedora – Schaefer e Minello (2017)

No tocante à natureza da aprendizagem e da Educação Empreendedora, Schaefer e Minello (2017, p. 16) apresentam um modelo de Aprendizagem Empreendedora com 17 tópicos interrelacionados em um ciclo com 06 temas principais:

- Educação centrada no aluno;
- Novo papel do professor;
- Comprometimento com o meio;
- Metodologias e ferramentas que permitem colocar em prática o conhecimento;
- Aprendizagem como um processo;
- Educação integrada com as demais disciplinas.

No tema – Educação centrada no aluno, temos os condicionantes: (a) busca de autonomia do ser, saber e fazer; (b) desenvolvimento do conhecimento e conceito de si; (c) autodirecionamento da aprendizagem; (d) objetivos do aprendizado negociado.

No tema – Novo papel do professor, temos os condicionantes: (a) objetivos do aprendizado negociado [compartilhado com o tema educação centrada no aluno]; (b) professor como catalizador e facilitador; (c) processo interativo, permanente e dinâmico.

No tema – Comprometimento com o meio, temos os condicionantes: (a) busca da melhoria e inovação; (b) elo entre o processo de aprendizagem e o mundo real; (c) Aprendizagem Contextual.

No tema – Metodologias e ferramentas que permitem colocar em prática o conhecimento, temos os condicionantes: (a) Aprendizagem Contextual [compartilhado com o tema comprometimento com o meio]; (b) Aprendizagem Cooperativa; (c) Aprendizagem Baseada em Problemas; (d) Aprendizagem Experimental; (e) aprendendo fazendo.

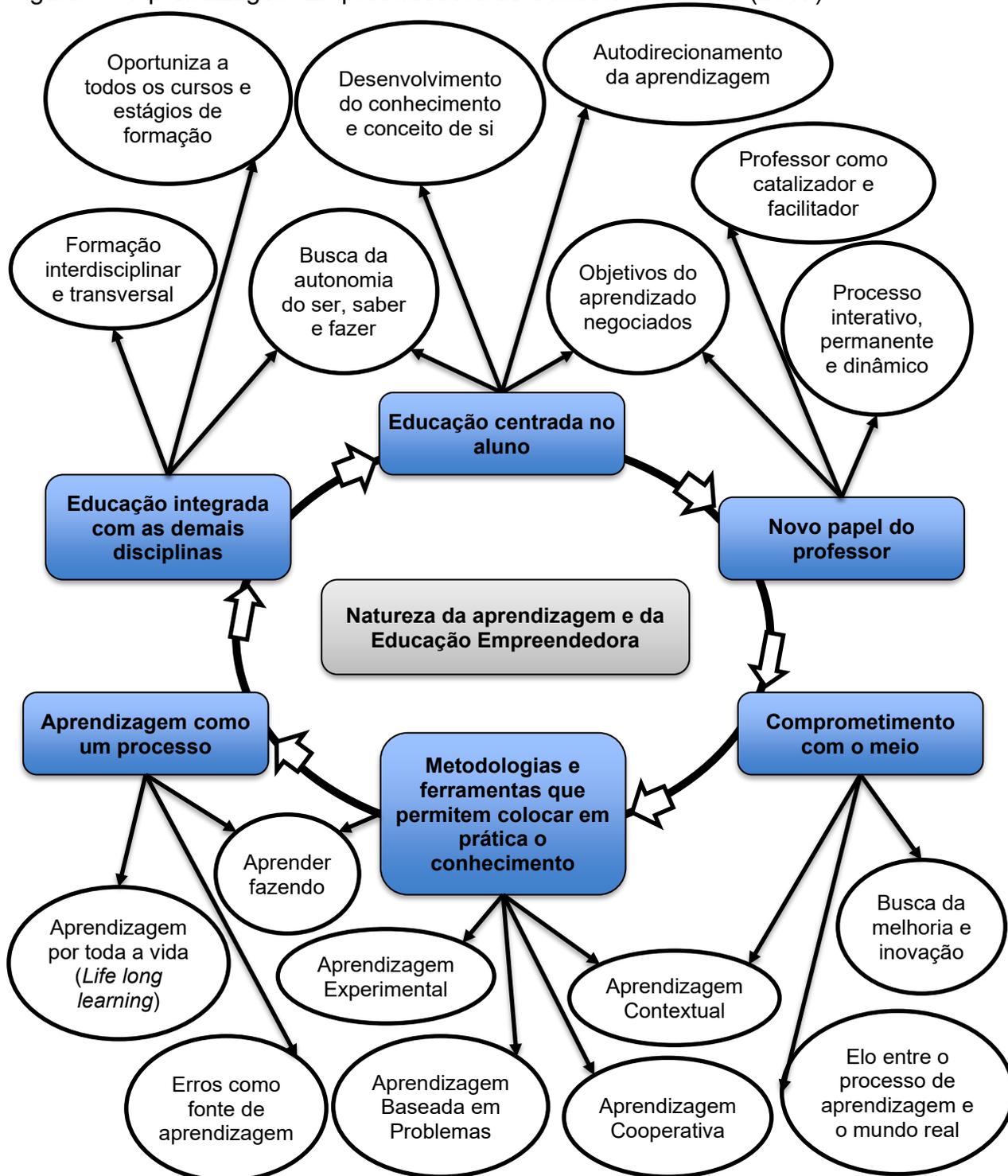
No tema – Aprendizagem como um processo, temos os condicionantes: (a) aprender fazendo [compartilhado com o tema metodologias e ferramentas que permitem colocar em prática o conhecimento]; (b) erros com fonte de aprendizagem; (c) aprendizagem por toda a vida.

No tema – Educação integrada com as demais disciplinas, temos os condicionantes: (a) formação interdisciplinar e transversal; (b) oportuniza a todos os

cursos e estágios da formação; (c) busca da autonomia do ser, saber e fazer [compartilhado com o tema educação centrada no aluno].

Segue apresentação do modelo de Schaefer e Minello (Figura 6).

Figura 6 – Aprendizagem Empreendedora de Schaefer e Minello (2017)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Schaefer e Minello (2017, p. 16).

2.1.1.5 Consolidação da Aprendizagem Empreendedora

Após a pesquisa bibliográfica, orientada a partir do Apêndice C, foram identificados e selecionados 4 modelos de Aprendizagem Empreendedora dos autores: Cope (2005); Rae (2005); Politis (2005); e Schaefer e Minello (2017). Os modelos dos autores supracitados entendem a Aprendizagem Empreendedora como algo processual e pessoal. Nesse processo, a Aprendizagem Empreendedora ocorre durante as construções e interações pessoais/sociais, práticas e incrementais.

O modelo de Cope (Figura 3), pode ser considerado uma jornada de aprendizagem na busca no autoconhecimento através da identificação dos seus potenciais e de seus limites pessoais; na identificação e compreensão das necessidades do negócio e das perspectivas futuras do empreendimento; na potencialização dos relacionamentos com os clientes, parceiros e com o ecossistema; sobre como administrar, controlar e liderar uma empresa; bem como a convergência dos aprendizados numa visão prática e sistêmica envolvendo o relacionamento e interação os setores e fatores internos e externos na empresa.

Os modelos de Rae (Figura 4) e de Politis (Figura 5), demonstram congruência no tocante que o processo de Aprendizagem Empreendedora necessita que o aprendiz conecte sua formação e/ou suas experiências anteriores mediante uma abordagem contextualizada no saber reunir/usar informações durante aplicações vivenciais participativas e engajadas no reconhecimento de oportunidades.

O modelo de Schaefer e Minello (Figura 6), os autores buscam consolidar os conceitos de Cope, Rae e Politis ao descrever um modelo cíclico e multivariado que integra uma formação interdisciplinar, centrada na autoaprendizagem do estudante onde o professor tem um papel de facilitador ao utilizar métodos e ferramentas práticas em um Processo Empreendedor incremental.

Em uma síntese dos autores da fundamentação teórica, considera-se nesse estudo que, Aprendizagem Empreendedora é um processo interativo, contínuo e prático, centrado no estudante, desenvolvidas mediante metodologias e ferramentas que contribuem no desenvolvimento de competências e mudanças comportamentais necessárias para que o empreendedor consiga identificar oportunidades viáveis e seja capaz de lidar com responsabilidades na criação e gestão de novos empreendimentos.

2.1.2 Competências Empreendedoras (CE)

O autor seminal mais importante sobre o tema Competências Empreendedoras é o Prof. Dr. David McClelland (Harvard), em 1961 estabeleceu que a motivação humana é determinada por três necessidades (Gil, 2016, p. 75-78).

McClelland (1975, tradução nossa) afirma na 2.^a edição do seu livro intitulado “*The Achieving Society*”, que na motivação humana, devemos observar três necessidades (Figura 7):

- Necessidade de realização;
- Necessidade de poder;
- Necessidade de afiliação.

Figura 7 – Teoria das Necessidades Adquiridas de McClelland (1975)



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Conhecida também como Teoria das Necessidades Adquiridas, McClelland define que os indivíduos estabelecem suas necessidades a partir de suas vivências e concepções pessoais; e que o ambiente amplia a motivação e a eficácia dos indivíduos numa combinação equilibrada das três necessidades. Nesse sentido, durante o crescimento e desenvolvimento pessoal, os incentivos recebidos para agir de forma independente bem-sucedidos, suprem as necessidades de realização; as experiências bem-sucedidas de comando e liderança junto a outros, suprem as necessidades de poder; e, a convivência e interação com relacionamentos saudáveis, suprem as necessidades de afiliação (McClelland, 1975, tradução nossa).

Mansfield, McClelland, Spencer e Santiago (1987, p. 5, tradução nossa) apresentaram no relatório final da pesquisa intitulada “*the identification and*

assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries” onde relaciona 13 características pessoais empreendedoras iniciais:

- Iniciativa;
- Persistência;
- Preocupação com a alta qualidade do Trabalho;
- Orientação para Eficiência;
- Solução de problemas;
- Persuasão;
- Assertividade;
- Vê e age em oportunidades;
- Busca de informações;
- Contrato de compromisso de trabalho;
- Planejamento sistemático;
- Autoconfiança;
- Uso de estratégias de influência.

2.1.2.1 Competências Empreendedoras – CCEs de McClelland (1990)

A consultoria *Management System International* (1990, p. 80-81, tradução nossa), sob a demanda do Governo dos *United States of America* (USA), aprofundaram as pesquisas de Mansfield, McClelland, Spencer e Santiago (1987), na busca do entendimento dos mecanismos da Formação Empreendedora, no qual apresentou seu relatório final intitulado “*entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance*”, 10 características pessoais empreendedoras [também conhecidas com Características Comportamentais Empreendedora (CCEs) de David McClelland] estão distribuídas em três clusters: (1) realização; (2) planejamento; e (3) poder.

Nesse sentido, as necessidades de realização e poder da Teoria das Necessidades Adquiridas de McClelland (1975) encontram congruência nos clusters realização e poder, listados nas CCEs de McClelland (1990). Entretanto, a pesquisa das CCEs incrementa um novo elemento, o cluster planejamento. Nos 3 clusters, temos as 10 CCEs de McClelland onde estão distribuídas 24 micro CCEs.

Na 1.^a CCE – Busca de oportunidades e iniciativa (realização), temos as microcompetências: (1) vê e age em oportunidades de negócios novas ou incomuns; e (2) age antes de ser solicitado ou forçado a fazê-lo por eventos.

Na 2.^a CCE – Persistência (realização), temos as microcompetências: (3) toma ações repetidas para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e (4) muda para uma estratégia alternativa para alcançar um objetivo.

Na 3.^a CCE – Assumir riscos (realização), temos as microcompetências: (5) declara uma preferência por situações que envolvam um desafio ou risco moderado; (6) calcula deliberadamente os riscos; e (7) toma medidas para reduzir riscos ou controlar os resultados.

Na 4.^a CCE – Demanda por eficiência e qualidade (realização), temos as microcompetências: (8) encontre maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas ou mais baratas; e (9) atua para fazer coisas que atendam ou excedam os padrões de excelência, ou melhorem o desempenho passado.

Na 5.^a CCE – Compromisso com o contrato de Trabalho (realização), temos as microcompetências: (10) aceita total responsabilidade por problemas para a conclusão de um trabalho; (11) faz um sacrifício pessoal ou gasta um esforço extraordinário para completar um trabalho; e (12) colabora com os empregados, se coloca no lugar deles e se necessário faz o trabalho.

Na 6.^a CCE – Definição de metas (planejamento), temos as microcompetências: (13) articula visões e objetivos claros e de longo alcance; e (14) define e revisa continuamente objetivos de curto prazo.

Na 7.^a CCE' – Busca de informações (planejamento), temos as microcompetências: (15) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes; e (16) usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis.

Na 8.^a CCE – Planejamento e monitoramento Sistemáticos (planejamento), temos as microcompetências: (17) planeja dividindo uma grande tarefa em subtarefas; (18) mantém registros financeiros e os usa para tomar decisões de negócios; e (19) desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos;

Na 9.^a CCE – Persuasão e networking (poder), temos as microcompetências: (20) usa estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; e (21) usa contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos.

Na 10.^a CCE – Independência e autoconfiança (poder), temos as microcompetências: (22) Busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros; (23) mantém-se fiel ao próprio julgamento em face da oposição ou da falta de sucesso precoce; e (24) expressa confiança na capacidade de completar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio.

Segue apresentação do modelo de Características Comportamentais Empreendedora (CCEs) de McClelland (Quadro 4).

Quadro 4 – CCEs de McClelland (1990)

Características Comportamentais Empreendedora		
Cluster Realização	Busca de oportunidades e iniciativa	(1) Vê e age em oportunidades de negócios novas ou incomuns
		(2) Age antes de ser solicitado ou forçado a fazê-lo por eventos
	Persistência	(3) Toma ações repetidas para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo
		(4) Muda para uma estratégia alternativa para alcançar um objetivo
	Assumir riscos	(5) Declara uma preferência por situações que envolvam um desafio ou risco moderado
		(6) Calcula deliberadamente os riscos
		(7) Toma medidas para reduzir riscos ou controlar os resultados
	Demanda por eficiência e qualidade	(8) Encontre maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas ou mais baratas
		(9) Atua para fazer coisas que atendam ou excedam os padrões de excelência, ou melhorem o desempenho passado
	Compromisso com o Contrato de trabalho	(10) Aceita total responsabilidade por problemas para a conclusão de um trabalho
		(11) Faz um sacrifício pessoal ou gasta um esforço extraordinário para completar um trabalho
		(12) Colabora com os empregados, se coloca no lugar deles e se necessário faz o trabalho
Cluster Planejamento	Definição de metas	(13) Articula visões e objetivos claros e de longo alcance
		(14) Define e revisa continuamente objetivos de curto prazo
	Busca de informações	(15) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes
		(16) Usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis
	Planejamento e monitoramento Sistemáticos	(17) Planeja dividindo uma grande tarefa em subtarefas
(18) Mantém registros financeiros e os usa para tomar decisões de negócios		
Cluster Poder	Persuasão e networking	(19) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos
		(20) Usa estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros
	Independência e autoconfiança	(21) Usa contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos
		(22) Busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros
		(23) Mantém-se fiel ao próprio julgamento em face da oposição ou da falta de sucesso precoce
		(24) Expressa confiança na capacidade de completar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de MSI (1990, p. 80-81, tradução nossa)

As 10 CCEs de McClelland relacionam as necessidades no desenvolvimento de comportamentos que, no cluster realização buscam a oportunidades, a eficiência, a qualidade, ao compromisso na tarefa, na persistência em acertar e no equilíbrio do risco calculado; no cluster planejamento as buscas são na definição de metas, de informações e nas ações planejadas e controladas; e no cluster poder as buscas são na capacidade de influenciar pessoas, no estabelecimento de relações comerciais/pessoais (*network*), na independência pessoal e na autoconfiante durante os desafios.

2.1.2.2 Competências Empreendedoras – *European Commission* (2018)

A *European Commission* (2018, p. 5-7, tradução nossa) atualizou o documento intitulado “*EntreComp: The European Entrepreneurship Competence Framework*” no qual descreve uma estrutura de 44 microcompetências, distribuídas entre 15 Competências Empreendedoras e divididas entre 03 áreas: (1) ideias e oportunidades (criatividade); (2) recursos (mobilizando recursos); (3) interagindo (trabalhando com os outros) (Figura 8).

Figura 8 – Competências Empreendedoras da *European Commission* (2018)



Fonte: European Commission (2018)

Na 1.^a competência – Identificando oportunidades (criatividade), temos as microcompetências: (1) identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico; (2) identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos; e (3) estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor.

Na 2.^a competência – Criatividade (criatividade), temos as microcompetências: (4) desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes; (5) explorar e experimentar abordagens inovadoras; e (6) combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos.

Na 3.^a competência – Visão (criatividade), temos as microcompetências: (7) imagine o futuro; (8) desenvolver uma visão para transformar ideias em ação; e (9) visualize cenários futuros para orientar o esforço e a ação.

Na 4.^a competência – Valorizando ideias (criatividade), temos as microcompetências: (10) julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos; e (11) reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo.

Na 5.^a competência – Pensamento ético e sustentável (criatividade), temos as microcompetências: (12) avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente; (13) refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido; e (14) agir com responsabilidade.

Na 6.^a competência – Autoconhecimento e autoeficácia (mobilizando recursos), temos as microcompetências: (15) reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo; (16) identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo; e (17) acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratempos e falhas temporárias.

Na 7.^a competência – Motivação e perseverança (mobilizando recursos), temos as microcompetências: (18) esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar; (19) esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo; e (20) seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária.

Na 8.^a competência – Mobilizando recursos (mobilizando recursos), temos as microcompetências: (21) obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação; (22) aproveite ao máximo os recursos limitados; e (23) obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais.

Na 9.^a competência – Alfabetização financeira e econômica (mobilizando recursos), temos as microcompetências: (24) estimar o custo de transformar uma ideia

em uma atividade de criação de valor; (25) planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo; e (26) gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo.

Na 10.^a competência – Mobilizando outros (mobilizando recursos), temos as microcompetências: (27) inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes; (28) obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos; e (29) demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes.

Na 11.^a competência – Tomando a iniciativa (trabalhando com os outros), temos as microcompetências: (30) iniciar processos que criam valor; (31) aceita desafios; e (32) agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas.

Na 12.^a competência – Planejamento e gerenciamento (trabalhando com os outros), temos as microcompetências: (33) defina metas de longo, médio e curto prazo; (34) definir prioridades e planos de ação; e (35) adaptar-se a mudanças imprevistas.

Na 13.^a competência – Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco (trabalhando com os outros), temos as microcompetências: (36) tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais; (37) no processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha; e (38) lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível.

Na 14.^a competência – Trabalhando com outras pessoas (trabalhando com os outros), temos as microcompetências: (39) trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação; (40) rede; e (41) resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário.

Na 15.^a competência – Aprender pela experiência (trabalhando com os outros), temos as microcompetências: (42) use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado; (43) aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores; e (44) reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas).

Segue apresentação das Competências Empreendedora da *European Commission* (Quadro 5).

Quadro 5 – Competências Empreendedora da *European Commission* (2018)

Áreas	Competências	microcompetências
Ideias e oportunidades (Criatividade)	Identificando oportunidades	(1) Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico
		(2) Identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos
		(3) Estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor
	Criatividade	(4) Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes
		(5) Explorar e experimentar abordagens inovadoras
		(6) Combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos
	Visão	(7) Imagine o futuro
		(8) Desenvolver uma visão para transformar ideias em ação
		(9) Visualize cenários futuros para orientar o esforço e a ação
	Valorizando ideias	(10) Julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos
		(11) Reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo
	Pensamento ético e sustentável	(12) Avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente
		(13) Refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido
		(14) Agir com responsabilidade
Recursos (mobilizando recursos)	Autoconhecimento e autoeficácia	(15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo
		(16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo
		(17) Acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratemplos e falhas temporárias
	Motivação e perseverança	(18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar
		(19) Esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo
		(20) Seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária
	Mobilizando recursos	(21) Obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação
		(22) Aproveite ao máximo os recursos limitados
		(23) Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais
	Alfabetização financeira e econômica	(24) Estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor
		(25) Planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo
		(26) Gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo
	Mobilizando outros	(27) Inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes
		(28) Obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos
(29) Demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes		
Interagindo (trabalhando com os outros)	Tomando a iniciativa	(30) Iniciar processos que criam valor
		(31) Aceita desafios
		(32) Agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas
	Planejamento e gerenciamento	(33) Defina metas de longo, médio e curto prazo
		(34) Definir prioridades e planos de ação
		(35) Adaptar-se a mudanças imprevistas
	Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco	(36) Tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais
		(37) No processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha
		(38) Lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível
	Trabalhando com outras pessoas	(39) Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação
		(40) Rede
		(41) Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário
	Aprender pela experiência	(42) Use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado
		(43) Aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores
(44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas)		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de *European Commission* (2018, p. 5-7, tradução nossa)

2.1.2.3 Consolidação das Competências Empreendedoras (CE)

Considerando a pesquisa de McClelland (1990) e a atual pesquisa da *European Commission* (2018), embora haja alguma semelhança entre as Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs) de McClelland e as Competências Empreendedoras (CE) da *European Commission*, ambas não são idênticas. No entanto, ambos os modelos descrevem aspectos comportamentais dos empreendedores. Em uma visão ampliada, a presente dissertação considera e adota que o termo Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs) será considerado **sinônimo** do termo Competências Empreendedoras (CE).

Após a pesquisa bibliográfica, orientada a partir do Apêndice C, foram identificados e selecionados 2 modelos de Competências Empreendedoras (CE): Competências Empreendedoras de McClelland (1990); e Competências Empreendedoras da *European Commission* (2018).

As 10 Competências Empreendedoras de McClelland tem como base a pesquisa que gerou a Teoria das Necessidades Adquiridas de McClelland (realização, poder e afiliação) de 1975, na qual a pesquisa foi consolidada e apresentada em 1990, composta por 10 Competências Empreendedoras, subdivididas entre 24 microcompetências de McClelland (1990) estabeleceram um importante componente na Teoria do Empreendedorismo estabelecendo o pensamento comportamentalista com as competências distribuídas entre os clusters de afiliação, planejamento e poder.

As 15 Competências Empreendedoras da *European Commission* descrevem o perfil comportamental desejável para um empreendedor, considerando as demandas relacionadas com a oportunidade, com os recursos e com os relacionamentos interpessoais. As 15 Competências Empreendedoras da *European Commission* (2018) estão subdivididas entre 44 microcompetências, que se estabelecem como um relevante modelo de Competências Empreendedoras por razão da sua atualidade, complexidade e extenso material de pesquisa.

Em uma síntese dos autores da fundamentação teórica, considera-se nesse estudo que, Competências Empreendedoras são os conhecimentos, as habilidades e as atitudes desejáveis em um empreendedor na criação de negócios inovadores e/ou na administração de organizações inovadoras, relacionadas à identificação de oportunidades, a gestão sustentável dos recursos e aos relacionamentos interpessoais saudáveis.

2.1.3 Processo Empreendedor (PE)

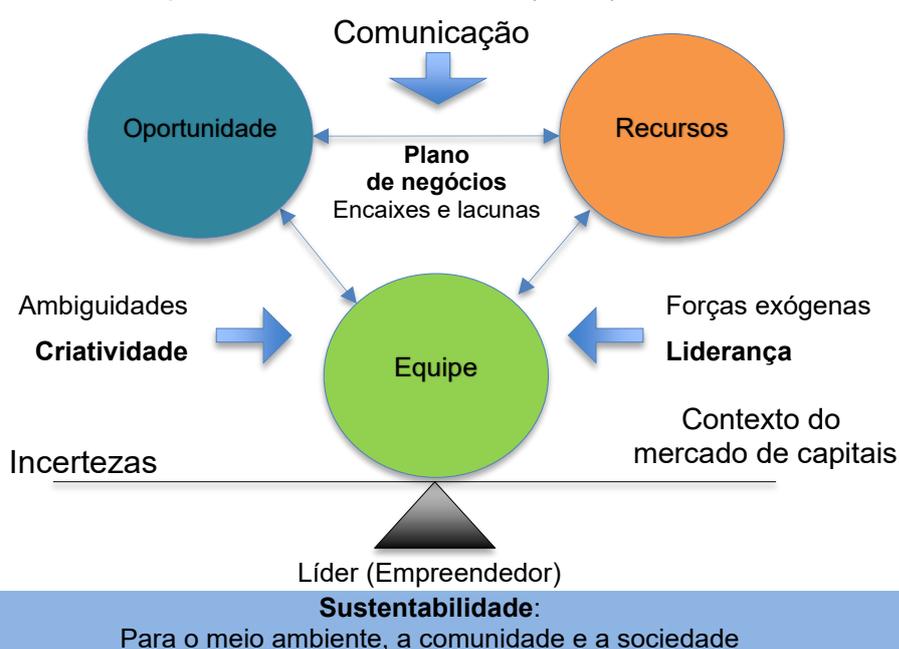
Politis (2005, p. 417-418, tradução nossa) afirma que o desenvolvimento do conhecimento empreendedor é um processo lento e incremental adquirido ao longo da vida profissional. Tentar desenvolver Competências Empreendedoras mediante treinamento ou educação formal, provavelmente, não irá gerar impacto forte e direto na formação do empreendedor; sendo necessário a implementação de políticas educacionais empreendedoras concentradas principalmente no desenvolvimento da criatividade, pensamento crítico e reflexão entre os indivíduos. Nesse sentido, segue os principais processos empreendedores identificados na fundamentação teórica.

2.1.3.1 Processo Empreendedor de Timmons (2012)

Segundo Spinelli e Adams (2012, p. 95-102, tradução nossa) em um Processo Empreendedor altamente dinâmico, existem 3 forças controláveis (*"The Driving Forces"*) que o empreendedor pode avaliar, influenciar e alterar: a oportunidade; os recursos (simples e criativos); o líder e sua equipe (*"Team"*).

Segue representação do Processo Empreendedor de Timmons relacionando as forças propulsoras num processo de adequação e equilíbrio (Figura 9).

Figura 9 – Processo Empreendedor de Timmons (2012)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Spinelli e Adams (2012)

Os autores complementam que as forças oportunidade, recursos e líder/equipe devem se manter em equilíbrio, pois compõem um sistema integrado e holístico; que devem gerar processos e resultados sustentáveis (para o meio ambiente, a comunidade e a sociedade). Nesse sentido, a forma, o tamanho e a profundidade da oportunidade estabelecem os requisitos do líder/equipe e dos recursos.

Quanto à oportunidade, os autores listam 10 perguntas/características para identificação de uma boa oportunidade (Quadro 6), divididas em três olhares: (1) a demanda do mercado; (2) a estrutura e tamanho do mercado; e (3) margem de lucro da oportunidade.

No olhar “quanto a demanda do mercado”, temos os seguintes questionamentos: (1) O custo de aquisição do cliente (*customer payback*) é inferior a um ano? (2) A taxa de crescimento é acima de 20% e é um mercado duradouro? (3) O cliente está acessível aos entrantes (novas empresas)?

No olhar “quanto a estrutura e tamanho do mercado”, temos os seguintes questionamentos: (4) É um mercado emergente e/ou fragmentado? (5) É um mercado acima de US\$ 50 milhões e podendo chegar a US\$ 1 bilhão? (6) Existem “barreiras de propriedade” aos entrantes (novas empresas)?

No olhar “quanto a análise da lucratividade”, temos os seguintes questionamentos: (7) Tem margem de lucro bruta acima de 40%? (8) Tem baixo custo operacional em relação aos concorrentes? (9) Tem ponto de equilíbrio (*payback*) entre 1 e 2 anos? (10) Tem aumento no valor agregado no índice preço/lucro (P/L)?

Quadro 6 – Roteiro para identificar uma boa oportunidade PE Timmons (2012)

Roteiro para identificar uma boa oportunidade	
Quanto a demanda do mercado	O custo de aquisição do cliente (<i>customer payback</i>) é inferior a um ano?
	A taxa de crescimento é acima de 20% e é um mercado duradouro?
	O cliente está acessível aos entrantes (novas empresas)?
Quanto a estrutura e tamanho do mercado	É um mercado emergente e/ou fragmentado?
	É um mercado acima de US\$ 50 milhões e podendo chegar a US\$ 1 bilhão?
	Existe “barreiras de propriedade” aos entrantes (novas empresas)?
Quando a análise da lucratividade	Tem margem de lucro bruta acima de 40%?
	Tem baixo custo operacional em relação aos concorrentes?
	Tem ponto de equilíbrio (<i>payback</i>) entre 1 e 2 anos?
	Tem aumento no valor agregado no índice preço/lucro (P/L)?

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quanto aos recursos, os autores afirmam que pensar inicialmente em dinheiro é o grande erro dos inexperientes; citam que os investidores reclamam a falta de empreendedores e boas oportunidades; que empreendedores de sucesso elaboram

estratégias simples e criativas (*Bootstrapping*) para organizar e obter recursos. Pode-se conceituar *Bootstrapping* (sem tradução para o português) como começar com recursos limitados ou próprios (sem financiamentos).

Quanto ao líder e sua equipe, os autores listam as características desejáveis de uma equipe (Quadro 7), divididas em: (1) líder empreendedor; (2) equipe empreendedora.

As características desejáveis de um líder empreendedor são: (a) aprende e ensina – mais rápido e melhor; (b) sabe lidar com a adversidade; (c) ser resiliente; (d) ser íntegro, confiável e honesto; (e) sabe construir equipes (atrair e desenvolver membros); (f) sabe construir uma cultura empreendedora; e (g) tenha habilidades interpessoais e de comunicação.

As características desejáveis de uma equipe empreendedora são: (h) tenha experiência empreendedora acumulada; (i) ser motivada para brilhar; (j) ser comprometida, determinada e persistente; (l) ser tolerante ao risco, a ambiguidade e a incerteza; (m) ser criativa; (n) tenha autopercepção dos resultados; e (o) ser adaptativa.

Quadro 7 – Características desejáveis de uma equipe PE Timmons (2012)

Características desejáveis de uma equipe	
Líder empreendedor	Equipe empreendedora
Aprende e ensina – mais rápido e melhor;	Tenha experiência empreendedora acumulada;
Sabe lidar com a adversidade;	Ser motivada para brilhar;
Ser resiliente;	Ser comprometida, determinada e persistente;
Ser íntegro, confiável e honesto;	Ser tolerante ao risco, a ambiguidade e a incerteza;
Sabe construir equipes (atrair e desenvolver membros);	Ser criativa;
Sabe construir uma cultura empreendedora;	Tenha autopercepção dos resultados;
Tenha habilidades interpessoais e de comunicação.	Ser adaptativa;

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

É importante destacar que para uma melhor compreensão e aplicação das 3 forças controláveis (oportunidade, recursos e equipe) no Processo Empreendedor de Timmons, não pode ser visto de uma maneira linear e/ou isolada, pois o fundador (líder empreendedor) precisa sempre adequar e equilibrar as forças envolvidas “pois a oportunidade, a equipe e os recursos raramente são compatíveis”; e o processo precisa ser sustentável. Para cada força é apresentado microprocessos para obtenção dos resultados desejados.

Na força “oportunidades”, temos os microprocessos: (1.1) reunindo informações; (1.2) moldando sua oportunidade; e (1.3) filtrando oportunidades.

Na força “líder e equipe”, temos os microprocessos: (2.1) líder empreendedor; (2.2) competências e habilidades; (2.3) formando e construindo equipes; e (2.4) recompensas e incentivos.

Na força “recursos”, temos os microprocessos: (3.1) recursos humanos (internos e externos); (3.2) recursos financeiros; e (3.3) plano de negócios.

Segue descrição das 03 forças e dos 10 microprocessos do modelo de Timmons (Quadro 8).

Quadro 8 – Processo Empreendedor de Timmons (2012)

Forças	Microprocessos
Oportunidades	(1.1) Reunindo informações
	(1.2) Moldando sua oportunidade
	(1.3) Filtrando oportunidades
Líder e equipe (<i>Team</i>)	(2.1) Líder empreendedor
	(2.2) Competências e habilidades
	(2.3) Formando e construindo equipes
	(2.4) Recompensas e incentivos
Recursos	(3.1) Recursos humanos (internos e externos)
	(3.2) Recursos financeiros
	(3.3) Plano de negócios

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.1.3.2 Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014)

Segundo Baron e Shane (2014), “Empreendedorismo é um processo”. Os autores, afirmam que as principais fases de um Processo Empreendedor são: (1) reconhecimento de uma oportunidade; (2) decidir ir em frente; (3) reunir os recursos iniciais; (4) lançar um novo empreendimento; (5) construir o sucesso; e (6) colher as recompensas.

Segue representação do Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014). É importante destacar que todas as fases do Processo Empreendedor sofrem influências diretas e indiretas no tocante às variáveis individuais, grupais e sociais (Figura 10).

A 1.^a fase “Reconhecimento de uma oportunidade” é dividida em 04 microfases: (1.1) mapear mudanças tecnológicas, demográficas, de estilo de vida, do mercado e da política governamental; (1.2) identificar os efeitos das mudanças de novos produtos, serviços, mercados e processos, sejam produtivos, de matérias-primas ou

formas de organização, (1.3) realizar a análise do setor e (1.4) desenvolver e testar protótipos de oportunidade.

Figura 10 – Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Baron e Shane (2014)

A 2.^a fase “Decidir ir em frente” é dividida em 03 microfases: (2.1) adquirindo informações de mercado mediante pesquisas com o cliente, mapeamento perceptual e discursões em grupos, (2.2) identificar regulamentos e políticas governamentais e (2.3) interpretando informações coletadas.

A 3.^a fase “Reunir os recursos iniciais” é dividida em 04 microfases: (3.1) reunindo a equipe (montando a equipe), através da autoavaliação de fundadores ou cofundadores, da escolha dos cofundadores, da criação de laços e fazendo escolhas dos colaboradores externos, (3.2) mensurando os valores de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de caixa, ponto de equilíbrio e custo de capital), (3.3) elaboração do plano de negócio, (3.4) elaboração e treino da apresentação do plano de negócios.

A 4.^a fase “Lançar um novo empreendimento” é dividida em 09 microfases: (4.1) definido o formato jurídico, (4.2) elaborando o contrato empresarial, (4.3) identificando uma necessidade real de mercado, (4.3) elaborando um plano de Marketing, (4.5) aprendendo a vender, (4.6) desenvolvendo uma estratégia, (4.7) identificando seus concorrentes, (4.8) informações dos concorrentes, e (4.9) Propriedade Intelectual.

A 5.^a fase “Construir o sucesso” é dividida em 02 microfases: (5.1) construindo competências sociais, (5.2) recrutando, motivando e retendo pessoas.

A 6.^a fase “Colher as recompensas” é dividida em 02 microfases: (6.1) valor da empresa (*Valuation*) e (6.2) estratégias de saída de sócios.

Segue lista das 06 fases e 24 microfases do Processo Empreendedor de Baron e Shane (Quadro 9).

Quadro 9 – Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014)

Fases	Microfases
(1) Reconhecimento de uma oportunidade;	(1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia, estilo de vida, mercados, política governamental)
	(1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)
	(1.3) Análise do Setor
	(1.4) Protótipos de oportunidade
(2) Decidir ir em frente;	(2.1) Adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos)
	(2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais
	(2.3) Interpretando informações
(3) Reunir os recursos iniciais;	(3.1) Reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)
	(3.2) Valor de financiamento (balançetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital)
	(3.3) Plano de negócios
	(3.4) Apresentação do plano de negócios
(4) Lançar um novo empreendimento;	(4.1) Formato jurídico
	(4.2) Contrato empresarial
	(4.3) Identificando uma necessidade real
	(4.4) Plano de Marketing
	(4.5) Aprendendo a vender
	(4.6) Desenvolvendo uma estratégia
	(4.7) Identificando seus concorrentes
	(4.8) Informações dos concorrentes
	(4.9) Propriedade Intelectual.
(5) Construir o sucesso;	(5.1) Construindo competências sociais
	(5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas
(6) Colher as recompensas	(6.1) Valor da empresa (<i>Valuation</i>)
	(6.2) Estratégias de saída

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.1.3.3 Processo Empreendedor de *Lean Startup* (2012)

Segundo Ries (2012, p. 7) o Processo Empreendedor da *startup* enxuta está baseado em cinco princípios: (1) empreendedores estão por toda parte – *startup* é “uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza.” O método “*startup* enxuta pode funcionar em empresas de qualquer” porte, tamanho ou atividade; (2) empreender é administrar – As *startups*

requerem “um novo tipo de gestão” ajustada para as incertezas; (3) aprendizado validado – A aprendizagem nas *startups* precisam ser científica e constantemente testadas e validadas; (4) construir-medir-aprender – o fundamental é “transformar ideias em produtos, medir como os clientes reagem, e, então aprender se é o caso de pivotar ou preservar.”; (5) contabilidade para inovação – o foco é a medição do progresso aplicando uma “contabilidade desenvolvida para *startups*”.

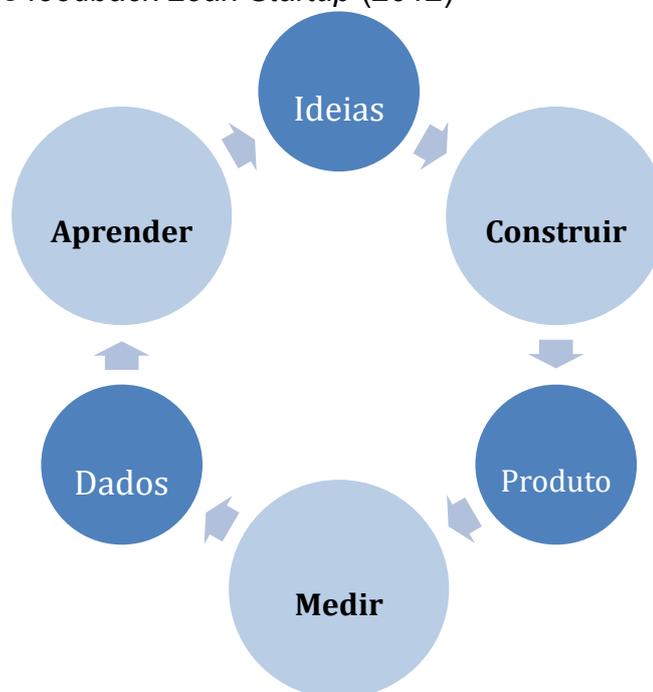
Essencialmente, o método *startup* enxuta é um “ciclo de *feedback* **construir-medir-aprender**” (Figura 11), no qual utiliza a Aprendizagem Validada, a contabilidade para inovação e os marcos de aprendizagem para pivotar ou manter o caminho estabelecido. Conceitualmente, Aprendizagem Validada “é um processo de demonstrar empiricamente que uma equipe descobriu verdades valiosas acerca das perspectivas de negócios presentes e futuras de uma *startup*.” (2012, p. 34); contabilidade para inovação é “uma abordagem quantitativa que nos permite observar se os esforços de ajuste do motor [de crescimento] estão dando resultados.” (2012, p.71); e marcos de aprendizagem é “um modo de avaliar seus progressos de maneira precisa e objetiva” baseado em três passos: usar o MVP para definir o “*baseline*” (saber onde está); “regular o motor a partir da *baseline*”; e “pivotar ou preservar”. (2012, p. 108).

O Processo Empreendedor de Ries tem início nos “atos de fé” onde é preciso identificar as hipóteses (ideias) a serem testadas (construir), sendo as mais importantes as hipóteses de valor e hipóteses de crescimento. Conceitualmente, hipóteses de valor são utilizadas “para testar se o produto ou serviço de fato fornece valor aos clientes” no momento da utilização; e hipóteses de crescimento são utilizadas “para testar como os novos clientes descobrirão um produto ou serviço, podemos realizar uma análise semelhante.” (2012, p. 56)

Com as hipóteses definidas, se deve “Desenvolver o mais rápido possível com um Produto Mínimo Viável” (PMV) (2012, p.70). Em seguida se deve (medir) “determinar se os esforços de desenvolvimento do produto levarão a um progresso real”. Nesse sentido, se deve utilizar a “contabilidade para inovação” (abordagem quantitativa) e criar “marcos de aprendizagem” para avaliação do progresso do desenvolvimento. No final do ciclo, se faz necessário aprender com os resultados (dados) respondendo a seguinte questão: “pivotar a estratégia original ou preservar”? A partir dessa etapa (aprender) antes de iniciar um novo ciclo, se deve responder às

seguintes questões: (1) O que precisamos aprender? (2) O que precisamos medir?
(3) Que produto precisamos desenvolver?

Figura 11 – Ciclo de *feedback Lean Startup* (2012)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Ries (2012)

Nesse sentido, Ries (2012, p. 69-71) afirma que os ciclos de *feedback* seguintes são incrementais baseados na Aprendizagem Validada na busca do produto ideal. Os ciclos são constituídos pelas seguintes etapas e fases:

- Ideias - (1) Determine hipóteses (valor e crescimento);
- Construir - (2) Construir um MVP;
- Produto - (3) Avaliar o produto;
- Medir - (4) Verificar o progresso real;
- Dados - (5) “Contabilidade para inovação” (abordagem quantitativa);
- Aprender - (6) Pivotar a ideia original ou preservar?
(7) O que precisamos aprender?
(8) O que precisamos medir?
(9) Que produto precisamos desenvolver?

Segue representação e a descrição das 06 etapas e 09 fases do método da *startup* enxuta (*Lean Startup*) com o “ciclo de *feedback* construir-medir-aprender” (Quadro 10).

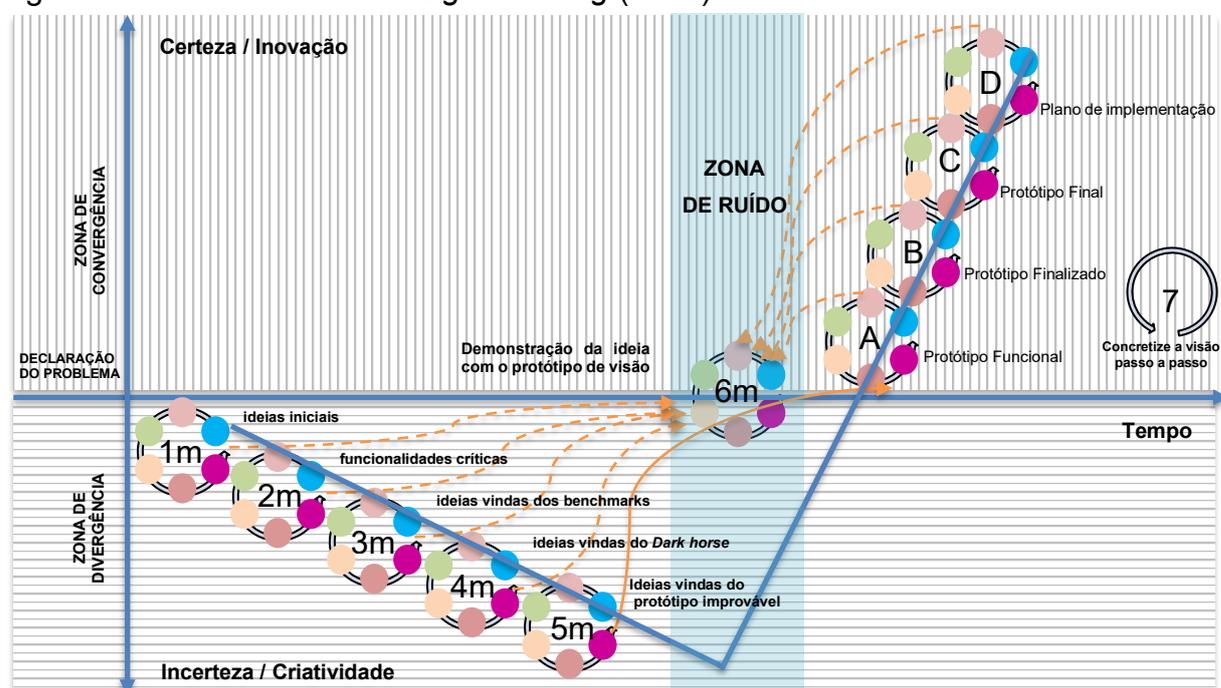
Quadro 10 – Processo Empreendedor ciclo do *Lean Startup* (2012)

Etapas	Fases
Ideias	(1) Determine hipóteses (valor e crescimento)
Construir	(2) Construir um MVP
Produto	(3) Avaliar o produto
Medir	(4) Verificar o progresso real
Dados	(5) “Contabilidade para inovação” (abordagem quantitativa)
Aprender	(6) Pivotar a ideia original ou preservar?
	(7) O que precisamos aprender?
	(8) O que precisamos medir?
	(9) Que produto precisamos desenvolver?

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.1.3.4 Processo Empreendedor do *Design Thinking* (2019)

Segundo Lewrick, Link e Leifer (2019, p. 38-48), em seu livro intitulado “*The Design Thinking Playbook*”, o *Design Thinking* é o processo em que há “uma declaração de um problema no início, uma solução no final e a solução é alcançada em um procedimento iterativo”, chamado de Macro ciclo (Figura 12).

Figura 12 – Macro ciclo do *Design Thinking* (2019)

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Lewrick, Link e Leifer (2019)

Segue a descrição do Processo Empreendedor *Design Thinking* (2019) composto pelo Macro ciclo (04 macroetapas e 15 etapas) e pelos 06 microciclos (07 etapas e 35 fases). (Quadro 11)

Quadro 11 – Processo Empreendedor do *Design Thinking* (2019)

Macroциclo do <i>Design Thinking</i> (2019)		
Declaração do problema	(1) Encontre um desafio	
	(2) Elabore um <i>Briefing</i>	
	(3) Para quem?	
	(4) (4.1) O quê? (4.2) Por quê? (4.3) Como?	
	(5) Formule a pergunta	
Zona de divergência	1.º Microциclo (6) Trabalhe ideias iniciais em um <i>brainstorming</i> .	
	2.º Microциclo (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário	
	3.º Microциclo (8) Busque <i>benchmarks</i> em outros setores e experiências	
	4.º Microциclo (9) Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias	
	5.º Microциclo (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar	
Zona de ruído	6.º Microциclo (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão	
Zona de Convergência	(12) Concretize passo a passo a visão	(12.1) Protótipo funcional
		(12.2) Protótipo finalizado
		(12.3) Protótipo final
		(12.4) Plano de implementação
Microциclos do <i>Design Thinking</i> (2019)		
Etapas	Fases	
Conheça	(m1) Crie a <i>persona</i>	
	(m2) Use o <i>canvas</i> em gancho	
	(m3) Use o <i>framework jobs-to-be-done</i>	
	(m4) Crie o futuro usuário	
Observe	(m5) Complete o mapa de empatia	
	(m6) Execute o AEIOU (O quê? Como? Por quê?)	
	(m7) Confira suposições críticas	
	(m8) Discussão sobre <i>needfinding</i> (identificação da dor), incluindo a colocação de perguntas abertas	
	(m9) <i>Lead Users</i> (usuários que lideram as tendências)	
	(m10) Faça as 6 perguntas (O quê? Quem? Por quê? Onde? Quando? Como?)	
	(m11) Esteja atento	
	(m12) Use um bastão de fala	
	(m13) Inclua empatia no <i>design UX</i> (<i>design</i> centrado no usuário)	
	Defina um ponto de vista	(m14) Promova uma visão geral
(m15) Use a técnica das 9 janelas e o mapa da margarida		
(m16) Formule frases com o ponto de vista, por exemplo, perguntas "Como podemos...".		
Idealize	(m17) Realize sessões de <i>brainstorming</i>	
	(m18) Use técnicas que fomentem a criatividade	
	(m19) Aprofunde as ideias	
	(m20) <i>SCAMPER</i> – geração de ideias	
	(m21) Estructure, agrupe e documente ideias	
	(m22) Faça folhas de comunicação das ideias	
Prototipe	(m23) Desenvolva protótipos	
	(m24) Use diferentes tipos de protótipos	
	(m25) Caixas & prateleiras	
	(m26) Faça <i>workshops</i> de prototipagem	
Teste	(m27) Realize testagens	
	(m28) Anote os <i>feedbacks</i>	
	(m29) Conduza testes A/B	
	(m30) Grade de experimentos	
Refleta	(m31) Use o quadro de retrospectiva.	(m31a) Atualize <i>persona</i> e outros documentos;
		(m31b) Ações a dar segmento;
		(m31c) Ações descartadas;
		(m31d) Ações a se repensar;
		(m31e) Ações irrelevantes.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A jornada do *Design Thinking* tem início com a identificação e “declaração do problema” (2019, p. 12). O procedimento da **declaração do problema** (Figura 13) consiste na realização de 5 etapas: (1) encontre um desafio; (2) elabore um *Briefing*; (3) Para quem? (4) (4.1) O quê? (4.2) Por quê? (4.3) Como? (5) formule a pergunta.

Figura 13 – Declaração do problema *Design Thinking* (2019)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Após a declaração do problema, é realizada a criação do **persona** (Figura 14) que ocorre durante a primeira etapa 1–Conheça, do primeiro microciclo (1m) que ocorre em 4 fases: (m1) crie a *persona*; (m2) use o *canvas* em gancho; (m3) use o *framework jobs-to-be-done*; (m4) crie o futuro usuário.

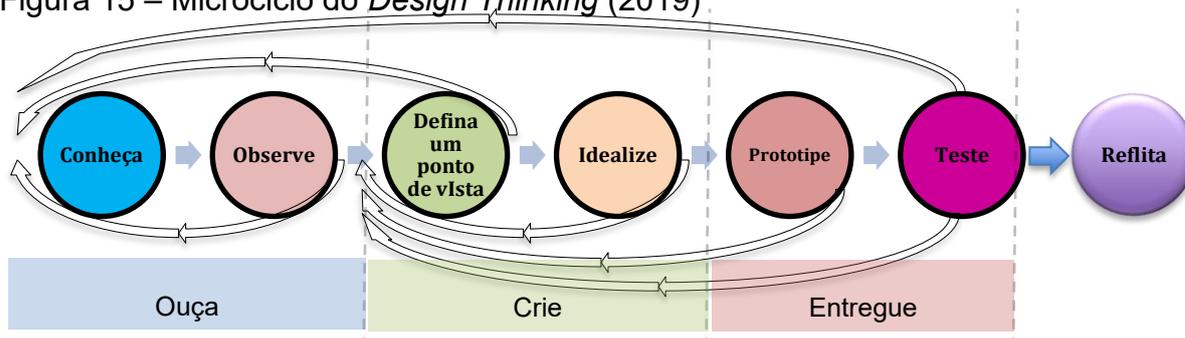
Figura 14 – Criação do *persona* *Design Thinking* (2019)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

De posse da declaração do problema e do *persona*, o primeiro **microciclo** (1m) é realizado na continuidade das outras 31 fases distribuídas nas seis etapas complementares: 2 – observe; 3 – defina um ponto de vista; 4 – idealize; 5 – prototipe; 6 – teste; 7 – reflita. Os microciclos (Figura 15) são processos realizados em 35 fases distribuídas em 7 etapas sequenciais: 1 – conheça; 2 – observe; 3 – defina um ponto de vista; 4 – idealize; 5 – prototipe; 6 – teste; 7 – reflita.

Figura 15 – Microciclo do *Design Thinking* (2019)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Lewrick, Link e Leifer (2019)

Na etapa Conheça: temos as fases: (m1) crie a *persona*; (m2) use o *canvas* em gancho; (m3) use o *framework jobs-to-be-done*; e (m4) crie o futuro usuário.

Na etapa Observe: temos as fases: (m5) complete o mapa de empatia; (m6) execute o AEIOU (O quê? Como? Por quê?); (m7) confira suposições críticas; (m8) discussão sobre *needfinding* (identificação da dor), incluindo a colocação de perguntas abertas; (m9) Lead Users (usuários que lideram as tendências); (m10) faça as 6 perguntas (O quê? Quem? Por quê? Onde? Quando? Como?); (m11) esteja atento; e (m12) use um bastão de fala.

Na etapa Defina um ponto de vista: temos as fases: (m14) promova uma visão geral; (m15) use a técnica das 9 janelas e o mapa da margarida; e (m16) formule frases com o ponto de vista, por exemplo, perguntas "Como podemos...".

Na etapa Idealize: temos as fases: (m17) realize sessões de *brainstorming*; (m18) use técnicas que fomentem a criatividade; (m19) aprofunde as ideias; (m20) *SCAMPER* – geração de ideias; (m21) estruture, agrupe e documente ideias; e (m22) faça folhas de comunicação das ideias.

Na etapa Prototipe: temos as fases: (m23) desenvolva protótipos; (m24) use diferentes tipos de protótipos; (m25) caixas & prateleiras; e (m26) faça *workshops* de prototipagem.

Na etapa Teste: temos as fases: (m27) realize testagens; (m28) anote os *feedbacks*; (m29) conduza testes A/B; e (m30) grade de experimentos.

Na etapa Reflita: temos a fase (m31) use o quadro de retrospectiva, composta das microfases: (m31a) atualize *persona* e outros documentos; (m31b) ações a dar segmento; (m31c) ações descartadas; (m31d) ações a se repensar; (m31e) ações irrelevantes.

Após a conclusão do primeiro microciclo (1m - ideias iniciais), a continuidade do Processo Empreendedor *Design Thinking* (2019) é realizada com outros 4 microciclos incrementais (2m – funcionalidades críticas; 3m – Ideias vindas do *Benchmarks*; 4m – Ideias vindas do *Dark horse*; 5m – Ideias vindas do protótipo improvável) que compõem a chamada zona de divergência (incertezas/criatividade) do Processo Empreendedor *Design Thinking* de Lewrick, Link e Leifer (2019).

Após a execução dos 5 microciclos da zona divergente, é esperado ocorrer a transição entre o pensamento divergente (incertezas/criatividade) para um pensamento convergente (certeza/inação) durante a execução do 6.º microciclo

situado na chamada zona de ruído com a demonstração da ideia com um protótipo de visão (conceitual).

De posse do protótipo de visão, a continuidade do Processo Empreendedor é iniciada a etapa “concretize passo a passo a visão” situado na zona de convergência (certeza e inovação) no qual é realizado o desenvolvimento de 4 protótipos incrementais: (A) funcional; (B) finalizado; (C) final; e (D) plano de implementação. Na finalização do Processo Empreendedor é esperado uma solução final que seja viável e sustentável.

2.1.3.5 Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas* (2020)

Segundo Bland e Osterwalder (2020), o Processo Empreendedor *Testing Business Ideas* é um método integrado e desenvolvido a partir do *Business Model Generation* e do *Value Proposition Design* (Figura 16), sendo o Processo Empreendedor dividido em 4 seções: (1) *Design*; (2) Teste; (3) Experimentos; e (4) *Mindset*.

Figura 16 – Livros do Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas* (2020)



Fonte: Captura de tela do site Alta Books

A seção *Design*: é composta pelas etapas: (1.1) crie o *design* da equipe – dividida nas fases: (1.1.1) *design* da equipe: habilidades interfuncionais em *design*, produto e engenharia; (1.1.2) comportamento da equipe: influenciada por dados, orientadas por experimentos, centrada nos clientes, empreendedora, abordagem interativa e questionamento de hipóteses; (1.1.3) ambiente de equipe: dedicado, financiado e autônomo; (1.2) defina a ideia (*design* de negócios) – dividida nas fases: (1.2.1) idear, (1.2.2) protótipo de negócios e (1.2.3) avaliar.

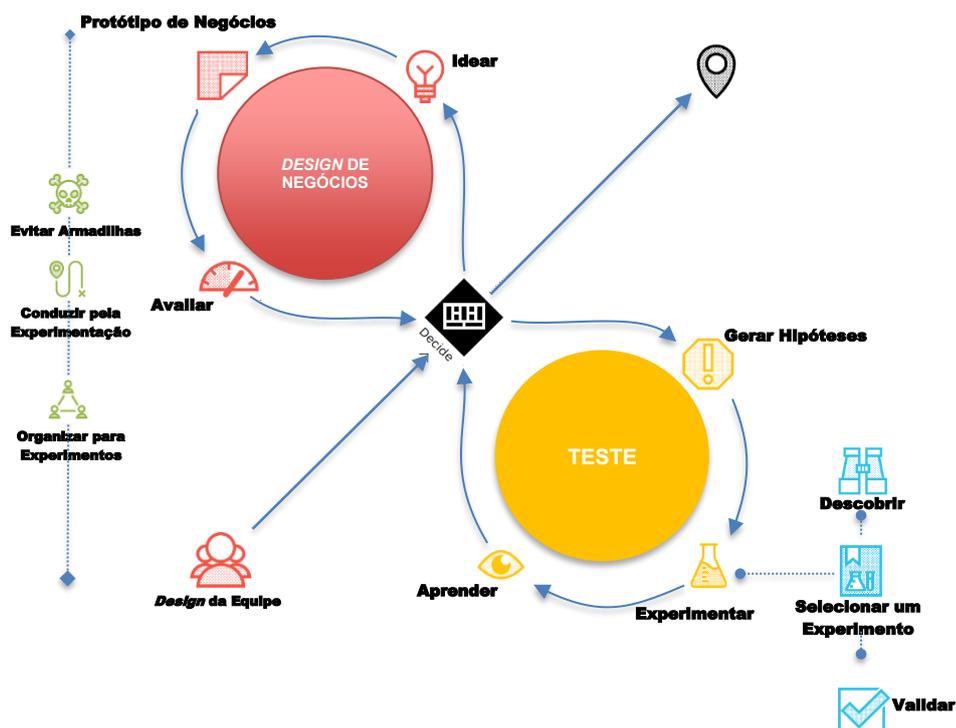
A seção Teste: é composta pelas etapas: (2.1) gerar hipóteses – compostas por três tipos: (2.1.1) de desejo ou conveniente, (2.1.2) de praticabilidade e (2.1.3) de

viabilidade; (2.2) experimentar – composta pelas etapas: (2.2.1) crie o experimento e (2.2.2) execute o experimento (uso do cartão de teste); (2.3) aprender – composta pelas etapas: (2.3.1) analise as evidências e (2.3.2) obtenha insights (uso do cartão aprendizagem); (2.4) decidir – composta pelas opções: (2.4.1) persistir, (2.4.2) pivotar ou (2.4.3) matar; (2.5) gerenciar – compostas pelas etapas: (2.5.1) planejamento semanal, (2.5.2) reuniões diárias em pé, (2.5.3) aprendizagem semanal, (2.5.4) retrospectiva quinzenal e (2.5.5) reuniões mensais com *Stakeholders*.

A seção Experimento: é composta pelas fases: (3.1) selecione o experimento – composta de três etapas: (3.1.1) experimentos de descoberta e (3.1.2) experimento de validação e (3.1.3) sequência de experimentos; (3.2) descoberta – composta de cinco tipos: (3.2.1) exploração, (3.2.2) análise de dados, (3.2.3) descoberta de interesse, (3.2.4) protótipo de discussão e (3.2.5) descoberta de preferência & priorização; (3.3) validação – composta de três tipos: (3.3.1) protótipo de interação, (3.3.2) chamada para ação e (3.3.3) simulação;

A seção *Mindset*: é composta pelas fases: (4.1) evite armadilhas nos experimentos; (4.2) conduzir pela experimentação; (4.3) organize para os experimentos. Segue representação gráfica do Processo Empreendedor *Testing Business Ideas* (Figura 17).

Figura 17 – Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas* (2020)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Bland e Osterwalder (2020, p. XII)

Segue a descrição das seções (Quadro 12), etapas e as 35 fases do Processo Empreendedor *Testing Business Ideas* (2020).

Quadro 12 – Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas* (2020)

Seções	Etapas	Fases	
Design	(1.1) Crie o <i>design</i> da equipe	(1.1.1) <i>Design</i> da equipe	
		(1.1.2) Comportamento da equipe	
		(1.1.3) Ambiente de equipe	
	(1.2) Defina a ideia (<i>design</i> de negócios)	(1.2.1) Idear	
		(1.2.2) Protótipo de negócios	
		(1.2.3) Avaliar	
Teste	(2.1) Gerar hipóteses	(2.1.1) de desejo ou conveniente	
		(2.1.2) de praticabilidade	
		(2.1.3) de viabilidade	
	(2.2) Experimentar	(2.2.1) Crie o experimento	
		(2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de teste);	
	(2.3) Aprender	(2.3.1) Analise as evidências	
		(2.3.2) Obtenha insights (uso do cartão aprendizagem);	
	(2.4) Decidir	(2.4.1) Persistir	
		(2.4.2) Pivotar	
		(2.4.3) Matar;	
	(2.5) Gerenciar	(2.5.1) Planejamento semanal	
		(2.5.2) Reuniões diárias em pé	
		(2.5.3) Aprendizagem semanal	
		(2.5.4) Retrospectiva quinzenal	
		(2.5.5) Reuniões mensais com <i>Stakeholders</i> .	
	Experimento	(3.1) Seleccione o experimento	(3.1.1) Experimentos de descoberta
			(3.1.2) Experimento de validação
(3.1.3) Sequência de experimentos			
(3.2) Descoberta		(3.2.1) Exploração	
		(3.2.2) Análise de dados	
		(3.2.3) Descoberta de interesse	
		(3.2.4) Protótipo de Discussão	
		(3.2.5) Descoberta de preferência & priorização	
(3.3) Validação		(3.3.1) Protótipo de interação	
		(3.3.2) Chamada para ação	
	(3.3.3) Simulação;		
Mindset	(4.1) Evite armadilhas nos experimentos		
	(4.2) Conduzir pela experimentação		
	(4.3) Organize para os experimentos		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.1.3.6 Consolidação do Processo Empreendedor

Após a pesquisa bibliográfica, orientada a partir do Apêndice C, foram identificados e selecionados 5 modelos de processos empreendedores: Processo Empreendedor de Timmons (2012); Processo Empreendedor de Baron e Shane

(2014); Processo Empreendedor do *Lean Startup* (2012); Processo Empreendedor do *Design Thinking* (2019); Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas* (2020)

O Processo Empreendedor de Timmons (2012) tem como princípios três forças (oportunidade, recursos e equipe) que precisam ser conduzidas de forma equilibrada pelo empreendedor.

A oportunidade é considerada a força impulsionadora do Processo Empreendedor e os autores apresentam um roteiro com 10 perguntas para a identificação de oportunidades articuladas em três olhares: demanda do mercado, estrutura e tamanho do mercado e análise da lucratividade.

Considerando os recursos outra força importante, os autores afirmam que pensar inicialmente em dinheiro é um grande erro; e estimulam a elaboração de estratégias simples baseadas em recursos limitados.

Na força equipe, os autores demonstram sua importância e papel na execução das tarefas junto às outras forças (oportunidade e recursos) apresentando as 14 características desejáveis para uma equipe de sucesso, sendo 07 características do de um líder empreendedor e outras 07 da equipe empreendedora.

O Processo Empreendedor de Baron e Shane (2014) é composto por 06 fases executadas durante o processo de criação de uma empresa: reconhecimento de uma oportunidade; decisão em começar; reunir recursos iniciais; lançar um novo empreendimento; construir o sucesso e colher as recompensas. Dentre os modelos estudados, o modelo de Baron e Shane tem um processo linear e tradicional visando abertura de novos negócios independente do grau de inovação.

O Processo Empreendedor do *Lean Startup* (2012) é composto por ciclo de *feedback* (construir-medir-aprender) baseado em aprendizagem validada que busca identificar hipóteses, realizar testes e medir os avanços. O autor define o MVP (produto mínimo viável) como o processo inicial urgente e que após testes tem dois caminhos: pivotar ou preservar; em seguida é aplicado o conceito da “contabilidade para inovação” criando assim indicadores de avaliação do progresso realizado. O princípio do processo não é fazer o perfeito, a busca é pela viabilidade de execução e financeira num processo contínuo de melhoria incremental.

O Processo Empreendedor do *Design Thinking* (2019) é composto por uma jornada incremental apresentada como um macrociclo extenso e complexo com início com a declaração do problema e finaliza com a concretização e finalização do projeto. O caminho processual é composto de microciclos incrementais buscando a melhoria

contínua num caminho que transita entre o pensamento divergente até um pensamento convergente que gerem inicialmente protótipos funcionais até a conclusão do processo criativo como o produto/serviço para implantação.

O Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas* (2020) tem como base conceitual o *Business Model Canvas* e o *Value Proposition Design*. A partir desses conceitos o processo é composto pelas seções: *design* (equipe e ideia); teste (hipóteses, aprendizagem, pivotagem e planejamento); experimento (descoberta e validação); e *Mindset* (reduzir risco e repensar experimentos).

Em uma síntese dos autores da fundamentação teórica, considera-se nesse estudo que, o Processo Empreendedor objetiva criar um negócio inovador ou inovar um antigo modelo de negócio, é um processo, com início na identificação de uma oportunidade que precisa ser planejada, validada, organizada, prototipada, implementada e controlada por uma equipe sinérgica e capacitada para a busca de uma oportunidade sustentável.

2.1.4 Consolidação da Formação Empreendedora

Considerando o construto Formação Empreendedora, foi apresentado o estudo dos seguintes temas: (1) Aprendizagem Empreendedora (AE); (2) Competências Empreendedoras (CE); e (3) Processo Empreendedor (PE).

Em relação à Aprendizagem Empreendedora (AE), foram apresentados os modelos de Cope; de Rae; de Politis; e de Schaefer e Minello; e para efeitos nessa pesquisa, foi adotado o modelo de Schaefer e Minello (Figura 6) por contemplar os conceitos e as principais contribuições dos modelos citados.

Em relação às Competências Empreendedoras (CE), foram apresentados os modelos de McClelland e da *European Commission*. Após análise exploratória comparativa entre os modelos, foram identificadas congruências e foi delineado um modelo ampliado de competências. Para efeitos nessa pesquisa, foi adotado o modelo ampliado de Competências Empreendedoras da *European Commission/McClelland* (EC/Mc) (Quadro 33).

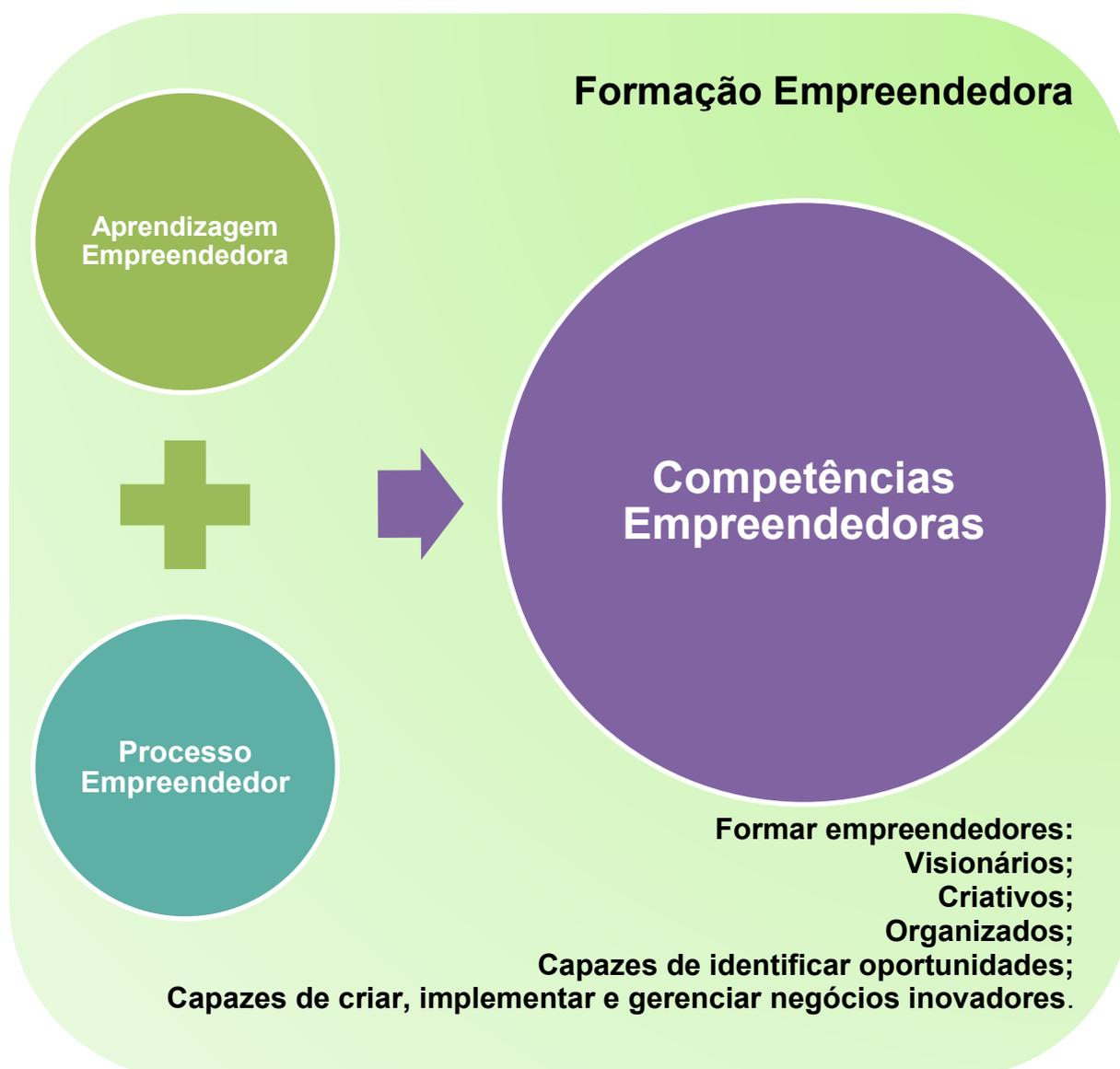
Em relação ao Processo Empreendedor (PE), foram apresentados os modelos de processos empreendedores de Timmons, de Baron e Shane, *Lean Startup*, *Design Thinking* e *Testing Business Ideas*. Após análise exploratória comparativa entre os modelos empreendedores e o modelo ampliado (Quadro 33), foram identificadas

congruências entre todos os modelos. Desta forma, para efeitos nessa pesquisa, todos os modelos processuais empreendedores serão considerados por existir complementaridade entre os modelos.

Em uma síntese dos autores da fundamentação teórica, considera-se nesse estudo que, os empreendedores podem ser formados a partir de uma Aprendizagem Empreendedora que busca desenvolver Competências Empreendedoras mediante um Processo Empreendedor ensinável, prático e vivencial, formando, assim, empreendedores visionários, criativos, organizados, capazes de identificar oportunidades, de criar, implementar e gerenciar negócios inovadores.

Segue representação do conceito de Formação Empreendedora (Figura 18).

Figura 18 – Conceito de Formação Empreendedora



2.2 Competições de Planos de Negócios (CPN)

Segundo Huffman e Quigley (2002, p. 408, tradução nossa), as Competições de Planos de Negócios podem vincular empreendedores a fontes de financiamento. Nessas atividades, grupos de estudantes apresentam planos de negócios a uma banca de jurados composto por representantes de empresas de capital de risco proeminente e consultores de negócios.

Bell (2010, p. 19, tradução nossa), em sua pesquisa, identificou que as Competições de Planos de Negócios oferecem uma oportunidade significativa para melhorar a Educação Empreendedora nas instituições. Para o autor, os participantes desenvolvem habilidades empreendedoras como autoconfiança e propensão a assumir riscos; com acesso a mentores e a uma rede de relacionamento. O autor ainda relaciona quatro objetivos das CPN: (1) motivar as pessoas a apresentarem suas ideias, (2) construir habilidades de comunicação, (3) atrair capital de risco e (4) identificar prestadores de serviços.

Segundo Schwartz, Goethner, Michelsen e Waldmann (2013, p. 1581, tradução nossa), as competições de *startup* ou Competições de Planos de Negócios podem ser consideradas, como um instrumento genuíno de política de Empreendedorismo, projetado para ajudar novos empreendedores a desenvolver e fazer crescer negócios viáveis.

Rocha e Freitas (2014, p. 469-470), na busca do desenvolvimento de habilidades empreendedoras, relaciona as Competições de Planos de Negócios como um dos principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos no Ensino de Empreendedorismo. Os principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos listados pelos autores são: (a) aulas expositivas; (b) visitas e contatos com empresas; (c) plano de negócios; (d) estudos de casos; (e) trabalhos teóricos e práticos em grupo; (f) grupos de discussão; (g) *Brainstorming*; (h) seminários e palestras com empreendedores; (i) criação de empresa; (j) aplicação de provas dissertativas; (l) atendimento individualizado; (m) trabalhos teóricos e práticos individuais; (n) criação de produto; (o) filmes e vídeos; (p) jogos de empresas e simulações; (q) sugestão de leituras; (r) incubadoras; e (s) competição de planos de negócios.

Segue a relação dos principais métodos (Quadro 13), técnicas e recursos pedagógicos no Ensino do Empreendedorismo segundo Rocha e Freitas (2014, p. 469-470).

Quadro 13 – Principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos

Aulas expositivas;	Visitas e contatos com empresas;
Plano de negócios;	Estudos de casos;
Trabalhos teóricos e práticos em grupo;	Grupos de discussão;
<i>Brainstorming</i> ;	Seminários e palestras com empreendedores;
Criação de empresa;	Aplicação de provas dissertativas;
Atendimento individualizado;	Trabalhos teóricos e práticos individuais;
Criação de produto;	Filmes e vídeos;
Jogos de empresas e simulações;	Sugestão de leituras;
Incubadoras;	Competição de planos de negócios.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Rocha e Freitas (2014)

Nesse mesmo sentido, Silva e Pena (2017, p. 386) relacionam os jogos de empresas e simulações como um dos principais métodos e práticas de ensino para a Educação Empreendedora. Os autores subdividem as práticas em dois tipos de aprendizagem: (1) aprendizagem passiva; e (2) aprendizagem ativa.

Na aprendizagem passiva, os principais métodos e práticas são: (a) aulas expositivas, (b) casos para ensino, e (c) seminários e palestras com empreendedores; e na aprendizagem ativa, os principais métodos e práticas são: (d) visita a empresas, (e) plano de negócios, (f) incubadora de empresas, (g) jogos empresariais e simulações, (h) empresa júnior e (i) projetos de pesquisa e extensão. Segue a relação dos principais métodos e práticas de ensino (Quadro 14) para o Empreendedorismo segundo Silva e Pena (2017, p. 386).

Quadro 14 – Principais práticas de ensino para o Empreendedorismo

Aprendizagem passiva	Aprendizagem ativa
Aulas expositivas;	Visita a empresas;
Casos para ensino;	Plano de negócios;
Seminários e palestras com empreendedores.	Incubadora de empresas;
	Jogos empresariais e simulações;
	Empresa júnior;
	Projetos de pesquisa e extensão.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir de Silva e Pena (2017)

Segundo McKenzie (2017, p. 2280, tradução nossa), as Competições de Planos de Negócios objetivam identificar indivíduos com ideias promissoras, com aspiração de crescer, que desenvolvam um plano de negócios detalhado e criem empresas com potencial de crescimento.

Brentnall, Rodríguez e Culkin (2018, p. 408, tradução nossa), afirmam que as competições de Educação para o Empreendedorismo, apresentam-se como parte integrante da estratégia e de um método/modelo de boas práticas de ensino, pois envolvem com sucesso os estudantes, bem como incentivam os professores.

Stolz (2023, p. 40, tradução nossa), define as Competições de Planos de Negócios como eventos nos quais empreendedores iniciantes competem por prêmios e recompensas enviando informações sobre seus negócios a um júri profissional.

2.2.1 Modelos de Competições de Planos de Negócios (CPN)

Na fundamentação teórica foram identificados 16 modelos de Competições de Planos de Negócios (CPN):

- 1) CPN da *Northeastern University*.
- 2) CPN na *San Jose State University*.
- 3) CPN na *National Cheng-Chi University*.
- 4) CPN na União Europeia;
- 5) CPN na University of Colorado.
- 6) CPN na *BizComp*;
- 7) CPN na *Challenge Cup*;
- 8) CPN na Itália;
- 9) CPN na *The YouWin! Competition*.
- 10) CPN segundo Michael Colin Cant;
- 11) CPN na Suíça;
- 12) CPN na *Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)*;
- 13) CPN na *Businessplan Wettbewerb (BPW)*.
- 14) CPN na *Emporia Entrepreneur Challenge*;
- 15) CPN nas Universidades do Sudoeste da China;
- 16) CPN da University of Tokyo.

2.2.1.1 Modelo de CPN da *Northeastern University*

Friar e Meyer (2003, tradução nossa), descrevem as Competições de Planos de Negócios ocorridas na *Northeastern University, Boston, Massachusetts (USA)*, organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrições; (2) cursos de Empreendedorismo; (3) seleção; (4) competição; (5) prêmio financeiro; (6) rodadas de negócios. Segue relação das etapas e fases (Quadro 15) citadas nas competições na *Northeastern University*.

Quadro 15 – Etapas e fases nas CPN na *Northeastern University*

Etapas	Fases
(1) Pré-Inscrição	(1.1) Dados dos participantes
(2) Cursos	(2.1) Escrever um plano de negócios
	(2.2) Arrecadar dinheiro
	(2.3) Montar uma equipe
	(2.4) Administrar um negócio inicial.
(3) Seleção	(3.1) Plano de negócio
(4) Competição	(4.1) Orientação e mentoria
	(4.2) Seleção final – <i>Pitch</i>
	(4.2.1) Critério: potencial de crescimento;
	(4.2.2) Critério: potencial de empregabilidade;
	(4.2.3) Critério: atratividade de investimento;
(4.2.4) Critério: potencial de IPO (oferta pública inicial).	
(5) Premiação	(5.1) Aos vencedores, \$60.000 para os custos iniciais da abertura das empresas
(6) Rodada de negócios	(6.1) Aos semifinalistas, rodadas de negócios com uma dúzia de investidores.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.2 Modelo de CPN na *San Jose State University*

Dean, Osland e Solt (2005, tradução nossa), descrevem as Competições de Planos de Negócios ocorridas na *San Jose State University, San Jose, California (USA)*, organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrição; (2); (3) seleção; (4) competição; (5) premiação. Segue relação das etapas e fases (Quadro 16) citadas nas competições na *San Jose State University*.

Quadro 16 – Etapas e fases nas CPN na *San Jose State University*

Etapas	Fases
(1) Inscrição	(1.1) Dados dos participantes
(2) Cursos	(2.1) Redação de plano de negócios
	(2.2) Gerenciamento de projetos de <i>startups</i>
	(2.3) Financiamento de novos negócios
(3) Seleção	(3.1) Plano de negócio
(4) Competição	(4.1) Atividades Complementares
	(4.1.1) Seminários especiais em Marketing e finanças
	(4.1.2) Palestras com investidores e empresários
	(4.2) Orientação e mentoria
	(4.3) Seleções
	(4.3.1) 1.ª Rodada de avaliação
	(4.3.2) 2.ª Rodada de avaliação
(4.3.3) Rodada final (investidores e executivos de mercado) <i>Pitch</i>	
(5) Premiação	(5.1) Aos vencedores vagas em incubadoras de empresas.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.3 Modelo de CPN na *National Cheng-Chi University*

Wen e Chen (2007, tradução nossa), descrevem as Competições de Planos de Negócios (*Technology Innovation Competition – TIC100*), ocorridas na National Cheng-Chi University, Taipei (Taiwan), organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrição (sem informações de critérios); (2) competição; (3) premiações (não citado). Segue relação das etapas (Quadro 17) citadas nas competições na *National Cheng-Chi University*.

Quadro 17 – Etapas e fases nas CPN na *National Cheng-Chi University*

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Ausência de critérios
(2) Competição	(2.1) Orientação e mentoria
	(2.2) Encontrar e formar membros da equipe
	(2.3) <i>Winter Camp</i> (1.ª fase)
	(2.4) Entrevistar especialistas
	(2.5) Redação do plano de negócio
	(2.6) Competição final – <i>Pitch</i>
(3) Premiações	(3.1) Sem citações

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.4 Modelo de CPN na União Europeia

Kerlen e Prescher (2010, tradução nossa), descrevem as Competições de Planos de Negócios ocorridas em diversos países na Europa, onde a pesquisa identificou que a maioria (41%) foram organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrição (sem informações de critérios); (2) competição; (3) premiações. Segue relação das etapas (Quadro 18) citadas nas competições na União Europeia.

Quadro 18 – Etapas e fases nas CPN na União Europeia

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Ausência de critérios
(2) Competição	(2.1) Cursos
	(2.1.1) Criação de um plano de negócios
	(2.1.2) Habilidades empreendedoras
	(2.1.3) Conhecimentos comerciais
	(2.2) Atividades complementares
	(2.2.1) Valor do cliente com base na ideia de negócio
	(2.2.2) Desenvolver uma estratégia de Marketing
	(2.2.3) Plano de negócios detalhado
	(2.3) Orientação e mentoria
	(2.4) Primeira etapa de seleção
(2.5) Seleção final (investidores e especialistas independentes) <i>Pitch</i>	
(3) Premiações	(3.1) Dinheiro e suporte para início

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.5 Modelo de CPN na *University of Colorado*

Foo (2010, tradução nossa), descreve as Competições de Planos de Negócios ocorridas na *University of Colorado, Boulder, Colorado (USA)*, organizadas nas seguintes etapas: (1) inscrição; (2) competição; (3) premiações (não citado). Segue relação das etapas e fases (Quadro 19) citadas nas competições na *University of Colorado*.

Quadro 19 – Etapas e fases nas CPN na *University of Colorado*

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Plano de negócio
(2) Competições	(2.1) Orientação e mentoria
	(2.2) Seleção final – <i>Pitch</i>
	(2.2.1) Critério: qualidade na definição do cliente;
	(2.2.2) Critério: potencial de crescimento do negócio
	(2.2.3) Critério: qualidade na descrição do produto/serviço
	(2.2.4) Critério: qualidade da análise da concorrência
	(2.2.5) Critério: quantificar a oportunidade
(3) Premiações	(3.1) Sem citações

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.6 Modelo de CPN na *BizComp*

Watson, McGowan e Smith (2014, tradução nossa), descrevem a competição de planos de negócios *BizComp*, ocorrida entre competidores de cinco universidades localizadas na região Nordeste da Inglaterra, organizada com as seguintes etapas: (1) inscrição e seleção; (2) competição; (3) premiações em dinheiro. Segue relação das etapas (Quadro 20) citadas na *BizComp*.

Quadro 20 – Etapas e fases na *BizComp*

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Resumo de uma página de seu empreendimento
(2) Competição	(2.1) Orientação e mentoria
	(2.2) <i>Practice-your-Pitch – Pitch</i>
	(2.3) The final judging panel – <i>Pitch</i>
	(2.4) <i>Grand finale event – Pitch</i>
(3) Premiações	(3.1) Dinheiro

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.7 Modelo de CPN na *Challenge Cup*

Jiang, Zhang e Zhou (2016, tradução nossa), descrevem a competição de planos de negócios *Challenge Cup*, ocorrida entre estudantes graduados da *Harbin*

Institute of Technology, Harbin, Heilongjiang (China), organizada com as seguintes etapas: (1) inscrição e seleção; (2) competição; (3) premiações. Segue relação das etapas (Quadro 21) citadas na *Challenge Cup*.

Quadro 21 – Etapas e fases na *Challenge Cup*

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Plano de negócio
(2) Competição	(2.1) Orientação e mentoria
	(2.2) Preliminar
	(2.2.1) Critério: originalidade do projeto
	(2.2.2) Critério: adequação do plano ao mercado
	(2.2.3) Critério: avaliação de riscos
	(2.2.4) Critério: potencial geral de mercado
	(2.3) Semifinal – <i>Pitch</i>
	(2.3.1) Critério: originalidade do projeto
	(2.3.2) Critério: adequação do plano ao mercado
	(2.3.3) Critério: avaliação de riscos
	(2.3.4) Critério: potencial geral de mercado
	(2.3.5) Critério: apresentação <i>Pitch</i>
	(2.3.4) Critério: linguagem corporal
	(2.3.4) Critério: aparência física
	(2.3.4) Critério: vestuário
(2.4) Final – <i>Pitch</i>	
(2.4.1) Critérios: (todos anteriores)	
(3) Premiações	(3.1) Medalha e participar da <i>National Challenge Cup</i>

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.8 Modelo de CPN na Itália

Passaro, Quinto e Thomas (2017, tradução nossa), descrevem as Competições de Planos de Negócios ocorridas na Itália, onde a pesquisa identificou que a maioria (51%) foram organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrição e seleção; (2) competição; (3) premiações. Segue relação das etapas e fases (Quadro 22) citadas das CPN na Itália.

Quadro 22 – Etapas e fases das CPN na Itália

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Resumo da ideia de negócio
(2) Competição	(2.1) Orientação e mentoria
	(2.2) Cursos
	(2.3) Atividades complementares
	(2.4) Primeira etapa de seleção
	(2.5) Seleção final (investidores e especialistas independentes) <i>Pitch</i>
	(2.5.1) Critério: validade
	(2.5.2) Critério: inovação
	(2.5.3) Critério: viabilidade
(2.5.4) Critério: potencial de comercialização	
(3) Premiações	(3.1) Dinheiro e treinamento para início

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.9 Modelo de CPN na *The YouWiN! Competition*

McKenzie (2017, tradução nossa), descreve a competição de planos de negócios *The YouWiN! Competition*, ocorridas na República Federal da Nigéria, em colaboração com *The World Bank*, organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrição; (2) seleção; (3) cursos; (4) competição; (5) premiações; (6) acompanhamento/monitoramento. Segue relação das etapas e fases (Quadro 23) citadas na *The YouWiN! Competition*.

Quadro 23 – Etapas e fases na *The YouWiN! Competition*

Etapas	Fases
(1) Pré-Inscrições	(1.1) nacional com 23.844 inscrições
(2) Seleção	(2.2) nacional com 6.000 inscrições selecionadas
(3) Cursos	(3.1) redação de plano de negócios e administração do negócio
	(3.1.1) O plano de negócios
	(3.1.2) Concorrência e o ambiente competitivo
	(3.1.3) Finanças do plano de negócios
	(3.1.4) Questões legais e regulatórias
	(3.1.5) Introdução à estratégia de Marketing
	(3.1.6) Presença online e interação de redes sociais
	(3.1.7) Habilidades de apresentação e desenvolvimento de um <i>Pitch</i> de financiamento e vendas
	(3.1.8) Estratégias de crescimento
	(3.1.9) Introdução ao kit de ferramentas para PMEs.
(4) Competição	(4.1) Avaliação do plano de negócios por comissão especial
	(4.1.1) Critério: articulação do potencial de mercado
	(4.1.2) Critério: potencial de monetização
	(4.1.3) Critério: análise ambiental
	(4.1.4) Critério: potencial na criação de emprego
	(4.1.5) Critério: viabilidade financeira
	(4.1.6) Critério: atratividade de investimento
	(4.1.7) Critério: sustentabilidade financeira
	(4.1.8) Critério: capacidade de administrar o negócio
	(4.1.9) Critério: avaliação/mitigação de riscos
(4.1.10) Critério: percepção do avaliador	
(5) Premiação	(5.1) Quatro parcelas distribuídas em 20 meses (recursos para investimento)
(6) Acompanhamento	(6.1) Acompanhados por agentes de inovação

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.10 Modelo de CPN segundo Michael Colin Cant

Cant (2018, tradução nossa), descreve um modelo de Competições de Planos de Negócios, baseado em seus estudos exploratórios, organizadas com as seguintes etapas: (1) sensibilização; (2) inscrição; (3) cursos; (4) seleção; (5) competição; (6) premiações; (7) acompanhamento. Segue relação das etapas e fases (Quadro 24) citadas das CPN segundo Cant.

Quadro 24 – Etapas e fases das CPN segundo Michael Colin Cant

Etapas	Fases
(1) Sensibilização	(1.1) Divulgação da competição
(2) Inscrição	(1.1) Dados dos membros da equipe
(3) Cursos	(3.1) Cursos
	(3.2) <i>Workshop</i>
(4) Seleção	(4.1) Plano de negócios
(5) Competição	(5.1) Orientação e mentoria
	(5.2) Cursos
	(5.3) <i>Workshop</i>
	(5.4) Seleção final (investidores e especialistas independentes) <i>Pitch</i>
(6) Premiações	(6.1) Cerimônia de reconhecimento e certificados
(7) Acompanhamento	(7.1) Acompanhados através rodadas de negócios

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.11 Modelo de CPN na Suíça

Tata e Niedworok (2018, tradução nossa), descrevem uma competição de planos de negócios ocorrida na Suíça, organizada com as seguintes etapas: (1) inscrição; (2) competição 1; (3) premiações 1; (4) competição 2; (5) premiações 2. Segue relação das etapas e fases (Quadro 25) citadas nas CPN na Suíça.

Quadro 25 – Etapas e fases nas CPN na Suíça

Etapas	Fases
(1) Inscrição	(1.1) Resumo da ideia de negócio
(2) Competição 1	(2.1) Orientação e mentoria
	(2.2) Atividades complementares
	(2.2.1) Seminário financiamento em estágio inicial, Marketing e Propriedade Intelectual
	(2.3) Seleção de ideias – <i>Pitch</i>
	(2.3.1) Critério – diferenciação do produto
	(2.3.2) Critério – atende a uma necessidade
	(2.3.3) Critério – vantagem competitiva sustentável
	(2.3.4) Critério – potencial de vendas
	(2.3.5) Critério – números realistas
	(2.3.6) Critério – percepção geral
	(2.3.7) Critério – potencial de negócio
	(2.3.8) Critério – potencial de financiamento
	(2.3.9) Critério – completude, atratividade, concisão
	(2.3.10) Critério – ideia de produto
	(2.3.11) Critério – time de gerenciamento
	(2.3.12) Critério – Marketing
(2.3.13) Critério – Eficácia, adequação, parcerias	
(2.3.14) Critério – etapas de desenvolvimento, caminho crítico	
(2.3.15) Critério – identificação de riscos, avaliação de riscos, contramedidas	
(2.3.16) Critério – viabilidade financeira	
(3) Premiações 1	(3.1) Medalha
(4) Competição 2	(4.1) Orientação e mentoria
	(4.2) Atividades complementares
	(4.3) Seleção de plano de Negócios – <i>Pitch</i> – mesmos critérios
(5) Premiações 2	(5.1) Dinheiro e suporte para início

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.12 Modelo de CPN na *Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)*

Barbini, Corsino e Giuri (2020, tradução nossa), descrevem uma competição de planos de negócios ocorrida na província de Rimini (Itália), organizado por uma associação comercial local, associações industriais, fundações bancárias e universidades localizadas na província de Rimini e na República de San Marino, organizada com as seguintes etapas: (1) inscrição e seleção; (2) competição; (3) premiações. Segue relação das etapas e fases (Quadro 26) citadas na competição *Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)*.

Quadro 26 – Etapas e fases da *Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)*

Etapas	Fases	
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Resumo da ideia de negócio	
(2) Competição	(2.1) Orientação e mentoria	
	(2.2) Curso Empreendedorismo e investidores/fundadores de sucesso	
	(2.2.1) Empreendedorismo	2.2.1.1) definição do modelo de negócios; 2.2.1.2) ambiente competitivo; 2.2.1.3) estratégia de Marketing do novo empreendimento
	(2.3) Primeira seleção (plano e <i>Pitch</i>)	
	(2.3.1) Critério – originalidade da ideia de negócio	
	(2.3.2) Critério – qualidade da análise de mercado	
	(2.3.3) Critério – sustentabilidade econômica do projeto	
	(2.3.4) Critério – potencial e a escalabilidade do negócio	
	(2.3.5) Critério – composição da equipe fundadora	
	(2.3.6) Critério – rapidez do lançamento	
	(2.3.7) Critério – coerência com a estrutura econômica local.	
	(2.4) Curso Empreendedorismo e planejamento de negócios	
	(2.4.1) Organização e gestão de recursos humanos	
	(2.4.2) Contabilidade e finanças	
	(2.4.3) Estratégias de angariação de fundos	
	(2.4.4) Questões legais e fiscais na constituição de novas empresas	
(2.5) Segunda seleção (plano, curriculum e <i>Pitch</i>) – mesmos critérios		
(2.5.1) a (2.5.7) mesmos critérios da primeira seleção		
(3) Premiações	(3.1) Dinheiro e suporte para início	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.13 Modelo de CPN na *Businessplan Wettbewerb (BPW)*

Fichter e Tiemann (2020, tradução nossa), descrevem a competição de planos de negócios *The Businessplan Wettbewerb*, ocorrida em *Berlin-Brandenburg*, Alemanha, organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrição e seleção; (2) competição; (3) premiações. Segue relação das etapas e fases (Quadro 27) citadas na competição na *Businessplan Wettbewerb (BPW)*.

Quadro 27 – Etapas e fases na *Businessplan Wettbewerb (BPW)*

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Ausência de critérios
(2) Competição	(2.1) Orientação e mentoria
	(2.2) Atividades complementares
	(2.2.1) Seminário manual de inicialização; e modelos para plano de negócios e <i>canvas</i>
	(2.3) Seleção de plano de negócios
	(2.4) Seleção <i>canvas</i> – <i>Pitch</i>
(2.5) Seleção final – <i>Pitch</i>	
(3) Premiações	(3.1) Dinheiro e suporte para início

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.14 Modelo de CPN na *Emporia Entrepreneur Challenge*

Smith e Muldoon (2021, tradução nossa), descrevem o modelo de Competições de Planos de Negócios, da *Emporia State University, Emporia, Kansas (USA)*, organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrição; (2) cursos; (3) inscrição; (4) competição; (5) premiações. Segue relação das etapas e fases (Quadro 28) citadas na competição *Emporia Entrepreneur Challenge*.

Quadro 28 – Etapas e fases na *Emporia Entrepreneur Challenge*

Etapas	Fases
(1) Inscrição	(1.1) Dados dos membros da equipe
(2) Cursos	(2.1) Gestão empresarial, Empreendedorismo e start-up
	(2.2) Ideação, criatividade, <i>Pitch</i> , financiamento e <i>startup</i> enxuta
	(2.3) Comunicação empresarial
(3) Inscrição e seleção	(3.1) Plano de negócios resumido
(4) Competição	(4.1) Meet and greet (formação de equipes – conhecer e cumprimentar)
	(4.2) Elevator Challenge (<i>Pitch</i> preparação)
	(4.2.1) Avaliação e premiação em dinheiro
	(4.3) Executive summary (sumário executivo)
	(4.3.1) Avaliação e classificação
	(4.4) Oral presentation (apresentação oral – <i>Pitch</i>)
	(4.4.1) Avaliação e classificação
	(4.5) Community showcase (apresentações para comunidade)
(4.5.1) Avaliação final	
(5) Premiações	(5.1) Dinheiro

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.15 Modelo de CPN nas Universidades do Sudoeste da China

Zhao, Zhao, Shi, Du, Marjerison e Peng (2022, tradução nossa), descrevem as Competições de Planos de Negócios ocorridas nas universidades do sudeste da China, nas províncias de *Zhejiang e Henan (CHINA)*, organizadas com as seguintes etapas: (1) inscrições; (2) cursos de Empreendedorismo; (3) competição; (4) prêmio;

(5) rodadas de negócios. Segue relação das etapas e fases (Quadro 29) citadas nas competições nas universidades do sudeste da China.

Quadro 29 – Etapas e fases nas CPN do Sudoeste da China

Etapas	Fases
(1) Inscrições	(1.1) Ausência de critérios
(2) Cursos	(2.1) Entrepreneurship (EPS) Practice for Small and Middle-Sized Business
	(2.2) EPS Foundation
	(2.3) EPS Strategy Management
	(2.4) Virtual Business Social Environment (VBSE)
	(2.5) Entrepreneur Sand Table
(3) Competição	(3.1) The Challenge Cup (Nacional)
	(3.2) Internet + (Nacional)
	(3.3) The Creative Marketing Competition (Regional)
	(3.4) Career Pioneer Competition (Regional)
(4) Premiação	(4.1) Suporte para início (incubação)
(5) Rodada de negócios	(5.1) Acompanhados através rodadas de negócios

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.1.16 Modelo de CPN da *University of Tokyo*

Ohashi, Kusu, Inoue, Tsukagoshi, Takeda e Saijo (2022, tradução nossa) descrevem as Competições de Planos de Negócios da *University of Tokyo*, organizada com as seguintes etapas: (1) inscrição e seleção; (2) competição; (3) premiações. Segue relação das etapas e fases (Quadro 30) citadas nas CPN da *University of Tokyo*.

Quadro 30 – Etapas e fases nas CPN da *University of Tokyo*

Etapas	Fases
(1) Inscrição e seleção	(1.1) Plano de negócios
	(1.1.1) Critérios – importância social e econômica do tema
	(1.1.2) Critérios – especificidade e originalidade das soluções
	(1.1.3) Critérios – efetividade e impacto da proposta na sociedade
	(1.1.4) Critérios – integridade da proposta
	(1.1.5) Critérios – viabilidade da proposta
(2) Competição	(2.1) <i>Workshop</i> e apresentação dos <i>Pitch</i>
	(2.1.1) Orientação e mentoria
	(2.1.2) Aperfeiçoamento das apresentações
	(2.1.3) Avaliação final e poster session
(3) Premiações	(3.1) Dinheiro

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.2.2 Consolidação das Competições de Planos de Negócios (CPN)

Após a pesquisa bibliográfica, orientada a partir do Apêndice E, foram identificados e selecionados autores conceituais das Competições de Planos de Negócios (CPN); e selecionado modelos de CPN. Em relação aos autores conceituais, houve diálogo com os seguintes autores: Huffman e Quigley (2002); Bell (2010); Schwartz, Goethner, Michelsen e Waldmann (2013); Rocha e Freitas (2014); Silva e Pena (2017); McKenzie (2017); Brentnall, Rodriguez e Culkin (2018); e Stolz (2023).

Os modelos de Competições de Planos de Negócios estudados foram CPN da: *Northeastern University*; *San Jose State University*; *National Cheng-Chi University*; União Europeia; *University of Colorado*; *BizComp*; Challenge Cup; Itália; *The YouWiN! Competition*; segundo Michael Colin Cant; Suíça; *Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)*; *Businessplan Wettbewerb (BPW)*; *Emporia Entrepreneur Challenge*; Universidades do Sudoeste da China; University of Tokyo.

Em uma síntese dos autores da fundamentação teórica, considera-se nesse estudo que (Figura 19), Competições de Planos de Negócios (CPN) são estratégias de Formação Empreendedora, que visam: desenvolver Competências Empreendedoras; identificar oportunidades; modelar negócios inovadores; testar hipóteses; selecionar oportunidades viáveis; gerar protótipos de produtos e/ou serviços; reconhecer e premiar talentos; e ser uma *vitrine* para investidores

Figura 19 – Conceito de Competições de Planos de Negócios (CPN)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.3 Tratamento de dados da fundamentação teórica

Na fundamentação teórica, os construtos foram identificados e selecionados a partir do Apêndice C, para a Formação Empreendedora (FE): Aprendizagem Empreendedora (AE); Competências Empreendedoras (CE); Processo Empreendedor (PE); e do Apêndice E, para a Competições de Planos de Negócios (CPN).

No tema Aprendizagem Empreendedora (AE), não se verificou a necessidade no tratamento ou análise de dados. No item 2.1.1.5, temos a consolidação do estudo do referido fundamento.

2.3.1 Tratamento de dados – Competências Empreendedoras

O percurso metodológico do tratamento dos dados das Competências Empreendedoras iniciou com as observações relacionais entre os modelos das CE de McClelland (1990) e das CE da *European Commission* (2018). Nesse sentido, houve a concepção do seguinte questionamento: quais as Competências Empreendedoras do modelo de McClelland são congruentes ou incongruentes em relação ao modelo das Competências Empreendedoras da *European Commission*?

Para responder à questão levantada foi construído o Apêndice F e o Apêndice G a partir do qual foi realizado a análise exploratória comparativa entre as 24 microcompetências de McClelland (1990) *versus* as 44 microcompetências da *European Commission* (2018).

A partir do instrumento de tratamento e material construído foi iniciado o processo de compilação, tratamento e análise dos dados, com as seguintes etapas: (a) comparação entre McClelland X *European Commission* – a análise ocorreu por comparação direta buscando identificar quais das 44 microcompetências da *European Commission* apresentam congruências com as 24 microcompetências de McClelland; (b) contagem e percentual das congruências – a análise ocorreu através da contagem e cálculo percentual das congruências.

A compilação, tratamento dos dados e a análise exploratória comparativa entre os modelos das CE de McClelland (1990) e das CE da *European Commission* (2018), ocorreram através dos *softwares MS Word e MS Excel*, utilizando o Apêndice F e o Apêndice G utilizando os procedimentos acima descritos.

Na primeira coluna do instrumento de tratamento foram listadas e codificadas (Mc-1, Mc-2, Mc3, ..., e Mc-24) as 24 microcompetências de McClelland (1990) e na segunda coluna do instrumento de tratamento foram listadas e codificadas (Ec-1, Ec-2, Ec-3, ..., e Ec-44) as 44 microcompetências da *European Commission* (2018).

A análise ocorreu por comparação direta visando identificar quais das 44 microcompetências da *European Commission* apresentavam minimamente uma congruência (similaridade) com uma das 24 microcompetências de McClelland. Seguem os resultados identificados a seguir (Quadro 31):

- (Mc-1) Vê e age em oportunidades de negócios novas ou incomuns – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-1) identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico; (Ec-11) reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo; (Ec-30) iniciar processos que criam valor;
- (Mc-2) Age antes de ser solicitado ou forçado a fazê-lo por eventos – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-38) lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível;
- (Mc-3) Toma ações repetidas para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-19) esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo;
- (Mc-4) Muda para uma estratégia alternativa para alcançar um objetivo – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-3) estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor; (Ec-35) adaptar-se a mudanças imprevistas;
- (Mc-5) Declara uma preferência por situações que envolvam um desafio ou risco moderado – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-5) explorar e experimentar abordagens inovadoras; (Ec-31) aceita desafios;
- (Mc-6) Calcula deliberadamente os riscos – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-10) julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos; (Ec-12) avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente; (Ec-13) refletir sobre o quão sustentáveis

- são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido; (Ec-14) agir com responsabilidade;
- (Mc-7) Toma medidas para reduzir riscos ou controlar os resultados – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-2) identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos;(Ec-23) obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais; (Ec-21) obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação; (Ec-37) no processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha;
 - (Mc-8) Encontre maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas ou mais baratas – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-8) desenvolver uma visão para transformar ideias em ação; (Ec-4) desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes; (Ec-22) aproveite ao máximo os recursos limitados;
 - (Mc-9) Atua para fazer coisas que atendam ou excedam os padrões de excelência ou melhorem o desempenho passado – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-6) combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos; (Ec-42) use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado;
 - (Mc-10) Aceita total responsabilidade por problemas na conclusão de um trabalho – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-17) acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratempos e falhas temporárias; (Ec-36) tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais;
 - (Mc-11) Faz um sacrifício pessoal ou gasta um esforço extraordinário para completar um trabalho – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-32) agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas;
 - (Mc-12) Colabora com os empregados, se coloca no lugar deles e se necessário faz o trabalho – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-39) trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação;

- (Mc-13) Articula visões e objetivos claros e de longo alcance – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-7) imagine o futuro; (Ec-9) visualize cenários futuros para ajudar a orientar o esforço e a ação;
- (Mc-14) Define e revisa continuamente objetivos de curto prazo – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-33) defina metas de longo, médio e curto prazo;
- (Mc-17) Planeja dividindo uma grande tarefa em subtarefas – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-34) definir prioridades e planos de ação;
- (Mc-18) Mantém registros financeiros e os usa para tomar decisões de negócios – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-24) estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor; (Ec-25) planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo; (Ec-26) gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo;
- (Mc-20) Usa estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-29) demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes; (Ec-27) inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes; (Ec-41) resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário;
- (Mc-21) Usa contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos – foram identificadas congruências com as microcompetências: (Ec-28) obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos; (Ec-40) rede; (Ec-43) aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores;
- (Mc-23) Mantém-se fiel ao próprio julgamento em face da oposição ou da falta de sucesso precoce – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-20) seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária;
- (Mc-24) Expressa confiança na capacidade de completar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio – foi identificada congruência com a microcompetência: (Ec-18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar;

Quadro 31 – Análise: CE de McClelland X CE da *European Commission*

McClelland (1990)	European Commission (2018)
(Mc-1) Vê e age em oportunidades de negócios novas ou incomuns	(Ec-1) Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico (Ec-11) Reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo (Ec-30) Iniciar processos que criam valor
(Mc-2) Age antes de ser solicitado ou forçado a fazê-lo por eventos	(Ec-38) Lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível
(Mc-3) Toma ações repetidas para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo	(Ec-19) Esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo
(Mc-4) Muda para uma estratégia alternativa para alcançar um objetivo	(Ec-3) Estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor (Ec-35) Adaptar-se a mudanças imprevistas
(Mc-5) Declara uma preferência por situações que envolvam um desafio ou risco moderado	(Ec-5) Explorar e experimentar abordagens inovadoras (Ec-31) Aceita desafios
(Mc-6) Calcula deliberadamente os riscos	(Ec-10) Julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos (Ec-12) Avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente (Ec-13) Refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido (Ec-14) Agir com responsabilidade
(Mc-7) Toma medidas para reduzir riscos ou controlar os resultados	(Ec-2) Identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos (Ec-23) Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais (Ec-21) Obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação (Ec-37) No processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha
(Mc-8) Encontre maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas ou mais baratas	(Ec-8) Desenvolver uma visão para transformar ideias em ação (Ec-4) Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes (Ec-22) Aproveite ao máximo os recursos limitados
(Mc-9) Atua para fazer coisas que atendam ou excedam os padrões de excelência, ou melhorem o desempenho passado	(Ec-6) Combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos (Ec-42) Use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado
(Mc-10) Aceita total responsabilidade por problemas na conclusão de um trabalho	(Ec-17) Acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratemplos e falhas temporárias (Ec-36) Tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais
(Mc-11) Faz um sacrifício pessoal ou gasta um esforço extraordinário para completar um trabalho	(Ec-32) Agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas
(Mc-12) Colabora com os empregados, se coloca no lugar deles e se necessário faz o trabalho	(Ec-39) Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação
(Mc-13) Articula visões e objetivos claros e de longo alcance	(Ec-7) Imagine o futuro (Ec-9) Visualize cenários futuros para ajudar a orientar o esforço e a ação
(Mc-14) Define e revisa continuamente objetivos de curto prazo	(Ec-33) Defina metas de longo, médio e curto prazo
(Mc-15) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes	INCONGRUÊNCIA de McClelland para <i>European Commission</i>
(Mc-16) Usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis	INCONGRUÊNCIA de McClelland para <i>European Commission</i>
(Mc-17) Planeja dividindo uma grande tarefa em subtarefas	(Ec-34) Definir prioridades e planos de ação
(Mc-18) Mantém registros financeiros e os usa para tomar decisões de negócios	(Ec-24) Estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor (Ec-25) Planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo (Ec-26) Gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo
(Mc-19) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos	INCONGRUÊNCIA de McClelland para <i>European Commission</i>
(Mc-20) Usa estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros	(Ec-29) Demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes (Ec-27) Inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes (Ec-41) Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário
(Mc-21) Usa contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos	(Ec-28) Obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos (Ec-40) Rede (Ec-43) Aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores
(Mc-22) Busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros	INCONGRUÊNCIA de McClelland para <i>European Commission</i>
(Mc-23) Mantém-se fiel ao próprio julgamento em face da oposição ou da falta de sucesso precoce	(Ec-20) Seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária
(Mc-24) Expressa confiança na capacidade de completar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio	(Ec-18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar
INCONGRUÊNCIA de <i>European Commission</i> para McClelland	(Ec-16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo
INCONGRUÊNCIA de <i>European Commission</i> para McClelland	(Ec-44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas)
INCONGRUÊNCIA de <i>European Commission</i> para McClelland	(Ec-15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Os resultados dos dados a seguir, ainda que apresentem percentuais, **devem ser considerados apenas com efeitos didáticos**, visto que o número de casos nos cálculos realizados é extremamente pequeno, não cabendo assim qualquer generalização dos resultados apresentados.

Na comparação entre os modelos, foi identificado que (Quadro 32):

- 20 (83%) das 24 das microcompetências de McClelland apresentaram [minimamente] congruências com uma das 44 microcompetências da *European Commission*;
- 41 (93%) das 44 das microcompetências da *European Commission* apresentaram [minimamente] congruências com uma das 24 microcompetências de McClelland.

Quadro 32 – Comparativo CE McClelland X CE *European Commission*

McClelland X <i>European Commission</i>	Foi observado que 20 (83%) das 24 das microcompetências de McClelland apresentam congruências em relação às 44 microcompetências da <i>European Commission</i> .
<i>European Commission</i> X McClelland	Foi observado que 41 (93%) das 44 das microcompetências da <i>European Commission</i> apresentam congruências em relação às 24 microcompetências de McClelland

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Após análise comparativa, restaram as seguintes microcompetências sem congruências:

- (Mc-15) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes;
- (Mc-16) Usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis;
- (Mc-19) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos;
- (Mc-22) Busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros;
- (Ec-16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo;
- (Ec-44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas);
- (Ec-15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo.

Após identificar a relação de maior congruência da *European Commission* entre os modelos, houve a concepção do seguinte questionamento: Como pode ser apresentado um modelo ampliado da *European Commission* que contenha as microcompetências incongruentes de McClelland (Mc-15; Mc-16; Mc-19 e Mc-22)?

A partir do Apêndice G foi iniciado o processo de análise exploratória comparativa das incongruências de McClelland ao modelo da *European Commission*, com as seguintes etapas:

- a) Comparação entre *European Commission* X McClelland (resto) – A análise ocorreu por comparação direta buscando identificar quais das 4 microcompetências de McClelland (resto) apresentam congruências com as 44 microcompetências da *European Commission*;
- b) Consolidação e apresentação do modelo ampliado da *European Commission/McClelland* (EC/Mc).

As microcompetências de McClelland (Mc) com incongruências foram: (Mc-15) “Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes”; (Mc-16) “Usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis” (Mc-19) “Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos” (Mc-22) “busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros”.

Na sequência, foi realizado a combinação da Mc-16 na Ec-40 e da Mc-22 na Ec-32; e foi realizado a inserção da Mc-15 e Mc-19 no modelo ampliado com as seguintes codificações Ec-3a e Ec-35a respectivamente. Nesse sentido, segue apresentação do modelo ampliado EC/Mc (Quadro 33) composto com 46 (modelo original tem 44) microcompetências empreendedoras distribuídas em 15 competências e em 03 grandes áreas.

Quadro 33 – Modelo ampliado da *European Commission/McClelland (EC/Mc)*

Áreas	Competências	microcompetências
Ideias e oportunidades (criatividade)	Identificando oportunidades	(1) Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico
		(2) Identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos
		(3) Estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor
		(3a) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes (McClelland)
	Criatividade	(4) Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes
		(5) Explorar e experimentar abordagens inovadoras
		(6) Combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos
	Visão	(7) Imagine o futuro
		(8) Desenvolver uma visão para transformar ideias em ação
	Valorizando ideias	(9) Visualize cenários futuros para orientar o esforço e a ação
		(10) Julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos
	Pensamento ético e sustentável	(11) Reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo
		(12) Avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente
		(13) Refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido
(14) Agir com responsabilidade		
Recursos (mobilizando recursos)	Autoconhecimento e autoeficácia	(15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo
		(16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo
		(17) Acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratemplos e falhas temporárias
	Motivação e perseverança	(18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar
		(19) Esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo
	Mobilizando recursos	(20) Seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária
		(21) Obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação
	Alfabetização financeira e econômica	(22) Aproveite ao máximo os recursos limitados
		(23) Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais
		(24) Estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor
	Mobilizando outros	(25) Planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo
(26) Gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo		
(27) Inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes		
(28) Obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos		
Interagindo (trabalhando com os outros)	Tomando a iniciativa	(29) Demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes
		(30) Iniciar processos que criam valor
		(31) Aceita desafios
	Planejamento e gerenciamento	(32) Agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas e busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros (McClelland)
		(33) Defina metas de longo, médio e curto prazo
		(34) Definir prioridades e planos de ação
	Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco	(35) Adaptar-se a mudanças imprevistas
		(35a) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos (McClelland)
		(36) Tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais
	Trabalhando com outras pessoas	(37) No processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha
(38) Lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível		
Aprender pela experiência	(39) Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação	
	(40) Rede [de relacionamento] (network) e usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis (McClelland)	
	(41) Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário	
	(42) Use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado	
		(43) Aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores
		(44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas)

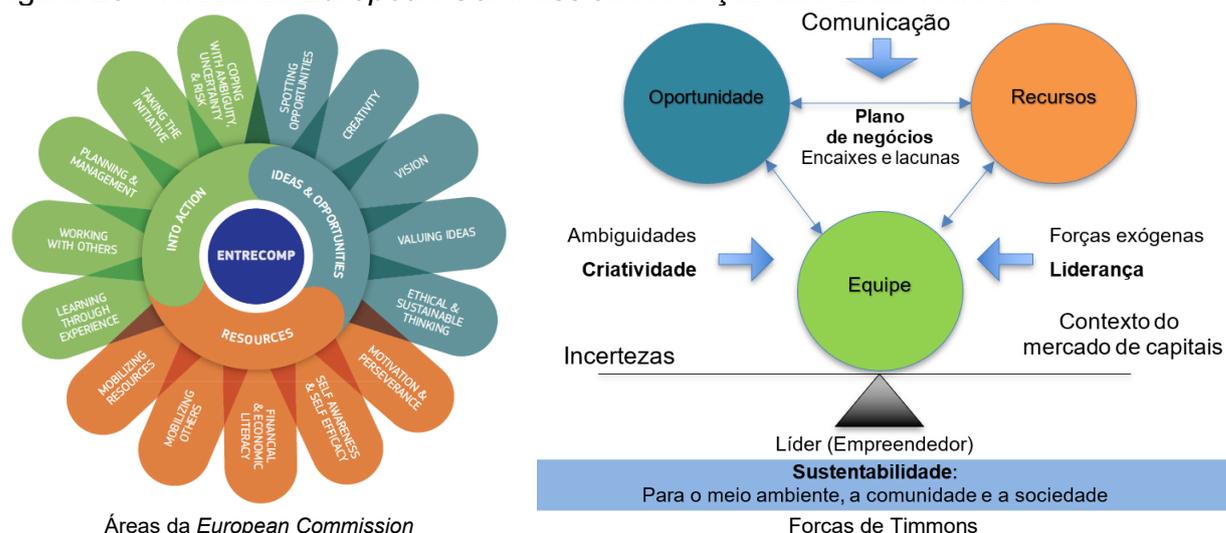
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.3.2 Tratamento de dados – Processo Empreendedor

Após observação exploratória comparativa, entre os modelos de processos empreendedores (PE), a análise sugere uma elevada congruência entre o Processo Empreendedor de Timmons (2012) e o modelo ampliado das Competências Empreendedoras da *European Commission/McClelland* (EC/Mc) (Quadro 33).

O modelo da *European Commission* é estruturalmente dividido em três áreas: “ideias e oportunidade (criatividade)”]; “recursos (mobilizando recursos)”]; “interagindo (trabalhando com os outros)”]; e de forma respectivamente congruente, o modelo de Timmons é constituído por três forças impulsionadoras: “oportunidade”]; “recursos”]; e “equipe” (Figura 20).

Figura 20 – Áreas da *European Commission* X Forças do PE de Timmons



Considerando o achado das congruências (Quadro 34) entre as áreas do modelo ampliado EC/Mc (ideias e oportunidade, recursos e interagindo) e as forças de Timmons (oportunidade, recursos e equipe).

Quadro 34 – Áreas da *European Commission* X Forças do PE de Timmons

<i>European Commission</i> com McClelland [2023]	Processo Empreendedor de Timmons
Áreas	Forças
Ideias e oportunidades (criatividade)	(1) Encontrar oportunidades
Recursos (mobilizando recursos)	(3) Recursos
Interagindo (trabalhando com os outros)	(2) Equipe

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

O percurso metodológico da análise dos processos empreendedores (PE) iniciou com as observações relacionais entre os modelos de Timmons (2012), de Baron e Shane (2014); *Lean Startup* (2012); *Design Thinking* (2019) e *Testing Business Ideas* (2020). Nesse sentido, houve a concepção do seguinte questionamento: qual a relação de maior congruência (similaridade) entre o modelo ampliado EC/Mc (Quadro 33) e os 05 modelos de processos empreendedores estudados?

Para responder à questão levantada foi construído o Apêndice H a partir do qual foi realizado a análise exploratória comparativa entre o modelo ampliado EC/Mc e os modelos de PE: Timmons (2012); Baron e Shane (2014); *Lean Startup* (2012); *Design Thinking* (2019); e *Testing Business Ideas* (2020).

A partir do instrumento de tratamento foi iniciado o processo de compilação, tratamento e análise dos dados, com as seguintes etapas:

- a) Comparação entre o modelo ampliado EC/Mc e o Processo Empreendedor de Timmons – A análise ocorreu por comparação direta buscando identificar quais das 46 microcompetências apresentam congruências com as 10 microfases de Timmons;
- b) Comparação entre o modelo ampliado EC/Mc e o Processo Empreendedor de Baron e Shane – A análise ocorreu por comparação direta buscando identificar quais das 46 microcompetências apresenta congruência com as 24 fases de Baron e Shane;
- c) Comparação entre o modelo ampliado EC/Mc e o Processo Empreendedor de *Lean Startup* – A análise ocorreu por comparação direta, buscando identificar quais das 46 microcompetências apresenta congruência com as 9 fases de *Lean Startup*;
- d) Comparação entre o modelo ampliado EC/Mc e o Processo Empreendedor do *Design Thinking* – A análise ocorreu por comparação direta, buscando identificar quais das 46 microcompetências apresenta congruência com os 15 microciclos do *Design Thinking*;
- e) Comparação entre o modelo ampliado EC/Mc e o Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas* – A análise ocorreu por comparação direta, buscando identificar quais das 46 microcompetências apresenta congruência com as 35 fases do *Testing Business Ideas*;

- f) Contagem e percentual das congruências – A análise ocorreu através da contagem e cálculo percentual das congruências.

A compilação, tratamento dos dados e a análise exploratória comparativa das congruências (similaridade) entre o modelo ampliado de Competências Empreendedoras e os modelos de processos empreendedores, ocorreram através do software MS Word e MS Excel, utilizando o instrumento de tratamento (Apêndice H) utilizando os procedimentos acima descritos.

Nas 1.^a três colunas do instrumento de tratamento foram posicionadas e codificadas as 46 microcompetências empreendedoras (Ec-1, Ec-2, Ec-3, Ec-3a, ..., Ec-35a, ..., e Ec-44) do modelo ampliado EC/Mc (Quadro 33).

Na 4.^a coluna do instrumento de tratamento foram posicionadas e codificadas as 10 microfases (Tm-1.1, Tm-1.2, Tm-1.3, ..., e Tm-3.3) do modelo de Timmons (2012).

Na 5.^a coluna do instrumento de tratamento foram posicionadas e codificadas as 24 fases (Bs-1.1, Bs-1.2, Bs-1.3, ..., e Bs-6.2) do modelo de Baron e Shane (2014).

Na 6.^a coluna do instrumento de tratamento foram posicionadas e codificadas as 09 fases (Ls-1, Ls-2, Ls-3, ..., e Ls-9) do modelo *Lean Startup* (2012).

Na 7.^a coluna do instrumento de tratamento foram posicionadas e codificadas as 15 fases do macrociclo (Dt-1, Dt-2, Dt-3, ..., e Dt-12.4) do modelo *Design Thinking* (2019).

Na 8.^a coluna do instrumento de tratamento foram posicionadas e codificadas as 35 etapas/fases (Tb-1.1.1, Tbt-1.1.2, Tb-1.1.3, ..., e Tb-4.3) do modelo *Testing Business Ideas* (2020).

A análise ocorreu por comparação direta visando identificar as relações [minimamente] congruentes dos processos empreendedores com as 46 microcompetências EC/Mc (Quadro 33). Seguem os resultados identificados a seguir (Quadro 35 e Quadro 36):

Os resultados dos dados a seguir, ainda que apresentem percentuais, **devem ser considerados apenas com efeitos didáticos**, visto que o número de casos nos cálculos realizados é extremamente pequeno, não cabendo assim qualquer generalização dos resultados apresentados.

- Timmons – em 46 (100%) das 46 microcompetências EC/Mc (Quadro 33) apresentaram congruências com 10 das 10 (100%) microfases de Timmons:
- (Tm-1.1) Reunindo informações, (Tm-1.2) moldando sua oportunidade, (Tm-1.3) filtrando oportunidades, (Tm-2.1) líder empreendedor, (Tm-2.2) competências e habilidades, (Tm-2.3) formando e construindo equipes, (Tm-2.4) recompensas e incentivos, (Tm-3.1) recursos humanos (internos e externos), (Tm-3.2) recursos financeiros e (Tm-3.3) plano de negócios;
- Baron e Shane – em 25 (54%) das 46 microcompetências EC/Mc (Quadro 33) apresentaram congruências com 24 das 24 (100%) fases de Baron e Shane:
 - (Bs-1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia), estilo de vida, mercados, política governamental), (Bs-1.2) identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos), (Bs-1.3) análise do Setor, (Bs-2.1) adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos), (Bs-1.4) protótipos de oportunidade, (Bs-2.3) interpretando informações, (Bs-2.2) identificando regulamentos e políticas governamentais, (Bs-4.1) formato jurídico, (Bs-4.2) contrato empresarial, (Bs-4.9) Propriedade Intelectual, (Bs-3.2) valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital), (Bs-6.1) valor da empresa (*Valuation*), (Bs-3.4) apresentação do plano de negócios, (Bs-3.1) reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos), (Bs-4.3) identificando uma necessidade real, (Bs-4.5) aprendendo a vender, (Bs-3.3) plano de negócios, (Bs-4.4) plano de Marketing, (Bs-4.6) desenvolvendo uma estratégia, (Bs-4.7) identificando seus concorrentes, (Bs-4.8) informações dos concorrentes, (Bs-6.2) estratégias de saída, (Bs-5.2) recrutando, motivando e retendo pessoas e (Bs-5.1) construindo competências sociais;
- *Lean Startup* – em 25 (54%) das 46 microcompetências EC/Mc (Quadro 33) apresentaram congruências com 09 das 09 (100%) fases do *Lean Startup*:
 - (Ls-1) Determine hipóteses (valor e crescimento), (Ls-2) construir um MVP, (Ls-3) avaliar o produto, (Ls-4) verificar o progresso real, (Ls-5) contabilidade para inovação” (abordagem quantitativa), (Ls-7) O que precisamos aprender? (Ls-8) O que precisamos medir? (Ls-9) que

produto precisamos desenvolver? e (Ls-6) pivotar a ideia original ou preservar?

- *Design Thinking* – em 14 (30%) das 46 microcompetências EC/Mc (Quadro 33) apresentaram congruências com 15 das 15 (100%) fases do *Design Thinking*:
 - (Dt-1) Encontre um desafio, (Dt-2) elabore um *Briefing*, (Dt-3) para quem? (Dt-4) [(4.1) O quê? (4.2) Por quê? (4.3) Como?], (Dt-5) formule a pergunta, (Dt-6) 1.º microciclo - trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*, (Dt-7) 2.º microciclo - desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário, (Dt-8) 3.º microciclo - busque benchmarks em outros setores e experiências, (Dt-9) 4.º microciclo - amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias, (Dt-10) 5.º microciclo - implemente um protótipo improvável para a criatividade voar, (Dt-11) 6.º microciclo - determine a visão da ideia com um protótipo da visão, (Dt-12.1) protótipo funcional, (Dt-12.2) protótipo finalizado, (Dt-12.3) protótipo final e (Dt-12.4) plano de implementação;
- *Testing Business Ideas* – em 25 (54%) das 46 microcompetências EC/Mc (Quadro 33) apresentaram congruências com 35 das 35 (100%) fases do *Testing Business Ideas*:
 - (Tb-1.2.1) Idear , (Tb-2.1.1) de desejo ou conveniente, (Tb-2.1.2) de praticabilidade, (Tb-2.1.3) de viabilidade, (Tb-2.2.1) crie o experimento, (Tb-2.2.2) execute o experimento (uso do cartão de teste), (Tb-2.3.1) analise as evidências, (Tb-2.3.2) obtenha insights (uso do cartão aprendizagem), (Tb-1.2.2) protótipo de negócios, (Tb-3.2.4) protótipo de discussão, (Tb-3.3.1) protótipo de interação, (Tb-3.3.3) simulação, (Tb-1.2.3) avaliar; (Tb-3.1.1) experimentos de descoberta, (Tb-3.1.2) experimento de validação, (Tb-3.1.3) sequência de experimentos, (Tb-3.2.1) exploração, (Tb-3.2.2) análise de dados, (Tb-3.2.3) descoberta de interesse, (Tb-3.2.5) descoberta de preferência & priorização, (Tb-3.3.2) chamada para ação, (Tb-4.1) evite armadilhas nos experimentos, (Tb-4.2) conduzir pela experimentação, (Tb-4.3) organize para os experimentos, (Tb-2.5.1) planejamento semanal, (Tb-2.4.1) persistir, (Tb-2.4.2) pivotar, (Tb-2.4.3) matar, (Tb-1.1.1) *design* da equipe, (Tb-1.1.2) comportamento da equipe, (Tb-1.1.3) ambiente de equipe, (Tb-2.5.2) reuniões diárias em pé, (Tb-2.5.3) aprendizagem semanal, (Tb-

2.5.4) retrospectiva quinzenal e (Tb-2.5.5) reuniões mensais com *Stakeholders*.

Quadro 35 – Congruências: PE X Modelo ampliado EC/Mc

Processo Empreendedor	Congruência	Frequência
Timmons	100%	Em 46 (100%) das 46 microcompetências da <i>European Commission/McClelland (EC/Mc)</i> apresentaram congruências 10 das 10 microfases de Timmons
Baron e Shane	54%	Em 25 (54%) das 46 microcompetências EC/Mc apresentaram congruências com 24 das 24 fases de Baron e Shane
<i>Lean Startup</i>	54%	Em 25 (54%) das 46 microcompetências EC/Mc apresentaram congruências com 09 das 09 fases do <i>Lean Startup</i>
<i>Design Thinking</i>	30%	Em 14 (30%) das 46 microcompetências EC/Mc apresentaram congruências com 15 das 15 fases do <i>Design Thinking</i>
<i>Testing Business Ideas</i>	54%	Em 25 (54%) das 46 microcompetências EC/Mc apresentaram congruências com 35 das 35 fases do <i>Testing Business Ideas</i>

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

É importante destacar que em todas as 93 microfases ou microprocessos empreendedores analisados, foram identificadas congruências com alguma das Competências Empreendedoras relacionadas no modelo ampliado EC/Mc (Quadro 33), ou seja, todos os processos empreendedores foram acolhidos em alguma das Competências Empreendedoras analisadas.

Quadro 36 – Modelo ampliado EC/Mc X Processo Empreendedor (PE)

Modelo ampliado da European Commission/McClelland (EC/Mc)		Processo Empreendedor de Timmons	Processo Empreendedor de Baron e Shane	Processo Empreendedor do Lean Startup	Processo Empreendedor Design Thinking	Processo Empreendedor do Testing Business Ideas	
Áreas	Competências	Microfases	Fases	Fases	Macro ciclo do Design Thinking	Fases	
Ideias e oportunidades (criatividade)	Identificando oportunidades	(Ec-1) Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico	(Tm-1.1) Reunindo informações	(Bs-1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia, estilo de vida, mercados, política governamental)	(Ls-1) Determine hipóteses (valor e crescimento)	(Dt-1) Encontre um desafio; (Dt-2) Elabore um <i>Briefing</i> ; (Dt-3) Para quem? (Dt-4) (4.1) O quê? (4.2) Por quê? (4.3) Como? (Dt-5) Formule a pergunta	(Tb-1.2.1) Idear
		(Ec-2) Identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos		(Bs-1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)		(Dt-6) 1º Microciclo - trabalhe ideias iniciais em um <i>brainstorming</i> ; (Dt-7) 2º Microciclo - desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário	
		(Ec-3) Estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor (Ec-3a) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes (McClelland)		(Bs-1.3) Análise do Setor		(Dt-8) 3º Microciclo – busque <i>benchmarks</i> em outros setores e experiências	
	Criatividade	(Ec-4) Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes	(Tm-1.2) Moldando sua oportunidade			(Dt-9) 4º Microciclo - amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias	(Tb-2.1.1) de desejo ou conveniente; (Tb-2.1.2) de praticabilidade; (Tb-2.1.3) de viabilidade
		(Ec-5) Explorar e experimentar abordagens inovadoras					(Tb-2.2.1) Crie o experimento; (Tb-2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de teste);
		(Ec-6) Combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos					(Tb-2.3.1) Analise as evidências; (Tb-2.3.2) Obtenha insights (uso do cartão aprendizagem);
Visão	(Ec-7) Imagine o futuro	(Tm-2.2) Competências e habilidades	(Bs-1.4) Protótipos de oportunidade;	(Ls-2) Construir um MVP	(Dt-10) 5º Microciclo - implemente um protótipo improvável para a criatividade voar (Dt-11) 6º Microciclo - determine a visão da ideia com um protótipo da visão (Dt-12.1) Protótipo funcional (Dt-12.2) Protótipo finalizado (Dt-12.3) Protótipo final	(Tb-1.2.2) Protótipo de negócios; (Tb-2.2.4) Protótipo de discussão (Tb-3.1.1) Protótipo de interação (Tb-3.3.3) Simulação; (Tb-1.2.3) Avaliar	
	(Ec-8) Desenvolver uma visão para transformar ideias em ação						
	(Ec-9) Visualize cenários futuros para orientar o esforço e a ação						
Valorizando ideias	(Ec-10) Julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos	(Tm-1.3) Filtrando oportunidades	(Bs-2.3) Interpretando informações	(Ls-3) Avaliar o produto		(Tb-3.1.1) experimentos de descoberta (Tb-3.1.2) Experimento de validação (Tb-3.1.3) sequência de experimentos (Tb-3.2.1) Exploração (Tb-3.2.2) Análise de dados (Tb-3.2.3) Descoberta de interesse (Tb-3.2.5) Descoberta de preferência & priorização	
	(Ec-11) Reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo						
	(Ec-12) Avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente (Ec-13) Refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido (Ec-14) Agir com responsabilidade			(Bs-2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais	(Ls-4) Verificar o progresso real		(Tb-4.1) Evite armadilhas nos experimentos (Tb-4.2) Conduzir pela experimentação (Tb-4.3) Organize para os experimentos
Recursos (mobilizando recursos)	Autoconhecimento e autoeficácia	(Ec-15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo	(Tm-2.2) Competências e habilidades				
		(Ec-16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo					
		(Ec-17) Acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratemplos e falhas temporárias					
	Motivação e perseverança	(Ec-18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar					
		(Ec-19) Esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo					
		(Ec-20) Seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária					
Mobilizando recursos	(Ec-21) Obtenha e gere os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação	(Tm-3.1) Recursos humanos (internos e externos)					
	(Ec-22) Aproveite ao máximo os recursos limitados						
	(Ec-23) Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais		(Bs-4.1) Formato jurídico (Bs-4.2) Contrato empresarial; (Bs-4.9) Propriedade Intelectual.				
Alfabetização financeira e econômica	(Ec-24) Estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor	(Tm-3.2) Recursos financeiros	(Bs-3.2) Valor de financiamento (balançetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital); (Bs-6.1) Valor da empresa (<i>Valuation</i>)	(Ls-5) "Contabilidade para inovação" (abordagem quantitativa)			
	(Ec-25) Planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo						
	(Ec-26) Gere o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo						
Mobilizando outros	(Ec-27) Inspire e entusiasme as partes interessadas relevantes	(Tm-2.1) Líder empreendedor	(Bs-3.4) Apresentação do plano de negócios				
	(Ec-28) Obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos		(Bs-3.1) Reunindo a Equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)				
	(Ec-29) Demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes						
Interagindo (trabalhando com os outros)	Tomando a iniciativa	(Ec-30) Iniciar processos que criam valor	(Tm-2.2) Competências e habilidades	(Bs-4.3) Identificando uma necessidade real; (Bs-4.5) Aprendendo a vender		(Tb-3.3.2) Chamada para ação	
		(Ec-31) Aceita desafios					
	Planejamento e gerenciamento	(Ec-32) Agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas e busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros (McClelland)	(Tm-3.3) Plano de negócios	(Bs-3.3) Plano de negócios; (Bs-4.4) Plano de Marketing; (Bs-4.6) Desenvolvendo uma estratégia; (Bs-4.7) Identificando seus concorrentes; (Bs-4.8) Informações dos concorrentes; (Bs-6.2) Estratégias de saída	(Ls-7) O que precisamos aprender? (Ls-8) O que precisamos medir? (Ls-9) Que produto precisamos desenvolver?	(Dt-12.4) Plano de implementação	(Tb-2.5.1) Planejamento semanal;
		(Ec-33) Defina metas de longo, médio e curto prazo					
		(Ec-34) Definir prioridades e planos de ação					
		(Ec-35) Adaptar-se a mudanças imprevistas (Ec-35a) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos (McClelland)					
	Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco	(Ec-36) Tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais	(Tm-2.2) Competências e habilidades		(Ls-6) Pivotar a ideia original ou preservar?		(Tb-2.4.1) Persistir; (Tb-2.4.2) Pivotar; (Tb-2.4.3) Matar;
		(Ec-37) No processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha					
		(Ec-38) Lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível					
	Trabalhando com outras pessoas	(Ec-39) Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação	(Tm-2.3) Formando e construindo equipes; (Tm-2.4) Recompensas e incentivos	(Bs-5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas			(Tb-1.1.1) <i>Design</i> da equipe (Tb-1.1.2) Comportamento da equipe (Tb-1.1.3) Ambiente de equipe (Tb-2.5.2) Reuniões diárias em pé; (Tb-2.5.3) Aprendizagem semanal; (Tb-2.5.4) Retrospectiva quinzenal; (Tb-2.5.5) Reuniões mensais com <i>Stakeholders</i> .
(Ec-40) Rede [de relacionamento] (network) e usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis (McClelland)							
(Ec-41) Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário							
Aprender pela experiência	(Ec-42) Use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado	(Tm-2.2) Competências e habilidades	(Bs-5.1) Construindo competências sociais				
	(Ec-43) Aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores						
	(Ec-44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas)						

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

2.3.3 Tratamento de dados – Competições de Planos de Negócios

Os resultados dos dados a seguir, ainda que apresentem percentuais, devem ser considerados apenas com efeitos didáticos, visto que o número de casos nos cálculos realizados é extremamente pequeno, não cabendo assim qualquer generalização dos resultados apresentados.

Em relação às Competições de Planos de Negócios (CPN) da fundamentação teórica, houve a construção do Apêndice I na busca das frequências estruturais (etapas, fases e processos) identificados nas 16 CPN identificadas na fundamentação teórica. O percurso metodológico da análise das CPN iniciou com as observações relacionais entre os 16 modelos identificados na fundamentação teórica partir do Apêndice E.

Após o estudo da fundamentação teórica e qualificação da pesquisa, foi iniciado um estudo exploratório das 16 CPN, no qual foi desenvolvido o desenho estrutural e mapeamento estrutural das CPN. Portanto, sob essa orientação, foram identificadas as estruturas presentes nos *modelos* dos casos selecionados.

A compilação, tratamento dos dados e a análise exploratória comparativa entre os 16 modelos de Competições de Planos de Negócios (CPN), ocorreram através do instrumento de tratamento Apêndice I. Desta forma, segue o desenho estrutural das CPN da fundamentação (Figura 21) e o mapeamento estrutural das CPN da fundamentação (Quadro 37). Nesse sentido, as fases mais frequentes foram:

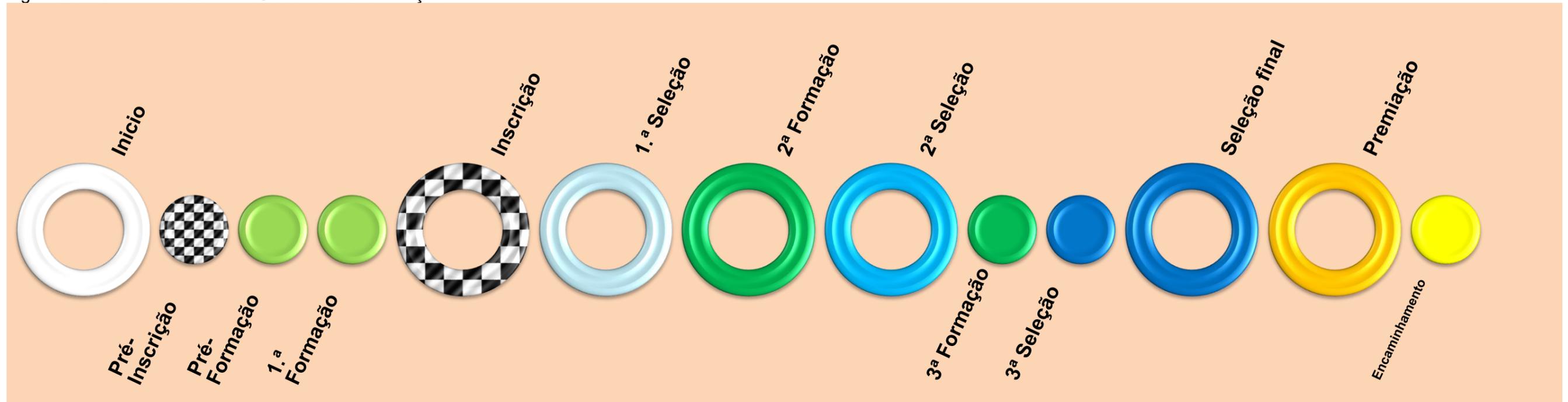
- Pré-Inscrição e Inscrição (inscrições);
- Pré-Formação e 1.^a Formação (formações iniciais);
- 1.^a Seleção;
- 2.^a Formação;
- 2.^a Seleção;
- 3.^a Formação;
- 3.^a Seleção (seleções finais);
- Premiação.

As maiores frequências das fases foram:

- Inscrições, com frequência em 15 (94%) das 16 CPN, sendo:
 - 04 (25%) das 16 CPN, apresentaram uma Pré-Inscrição;
 - 15 (94%) das 16 CPN, apresentaram uma Inscrição;

- Formações iniciais, com frequência em 06 (37,5%) das 16 CPN, sendo:
 - 04 (25%) das 16 CPN, ofereceram uma Pré-Formação;
 - 03 (19%) das 16 CPN, ofereceram uma 1.^a Formação;
- 1.^a Seleção, com frequência em 16 (100%) das 16 CPN;
- 2.^a Formação, com frequência em 15 (94%) das 16 CPN, sendo:
 - 15 (94%) das 16 CPN, ofereceram uma 2.^a Formação;
- 2.^a Seleção, com frequência em 08 (50%) das 16 CPN;
- 3.^a formação, com frequência em 04 (25%) das 16 CPN, sendo:
 - 04 (25%) das 16 CPN, ofereceram uma 3.^a formação;
 - Nenhuma das 16 CPN, ofereceram uma 4.^a formação.
- Seleções finais, com frequência em 15 (94%) das 16 CPN, sendo:
 - 04 das 1.^{as} seleções também foram seleções finais;
 - 04 das 2.^{as} seleções também foram seleções finais;
 - 07 das 3.^{as} seleções também foram seleções finais.
- Premiação, com frequência em 14 (88%) das 16 CPN, onde 04 (25%) das 16 CPN, ofereceram algum tipo de encaminhamento.

Figura 21 – Desenho estrutural: CPN da fundamentação



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quadro 37 – Mapeamento estrutural: CPN da fundamentação

	Pré-Inscrição (optativa)	Pré-Formação	1.ª Formação	Inscrição	1.ª Seleção	2.ª Formação	2.ª Seleção	3.ª Formação	3.ª Seleção	4.ª Formação	Seleção final	Premiação	Encaminhamento
Quantidade de frequência	4	4	3	15	16	15	12	4	7	0	15	14	4
Percentual de frequência (total 16 CPN)	25%	25%	19%	94%	100%	94%	75%	25%	44%	0%	94%	88%	25%
CPN da Northeastern University	1	1			1	1					1	1	1
CPN na San Jose State University			1	1	1	1	1		1		1	1	
CPN na National Cheng-Chi University				1	1	1	1	1	1		1		
CPN na União Europeia				1	1	1	1				1	1	
CPN na University of Colorado				1	1	1					1		
CPN na BizComp				1	1	1	1		1		1	1	
CPN na Challenge Cup				1	1	1	1		1		1	1	
CPN na Itália				1	1	1	1				1	1	
CPN na The YouWiN! competition	1	1		1	1	1	1	1				1	1
CPN segundo Michael Colin Cant	1	1	1	1	1	1					1	1	1
CPN na Suíça				1	1	1	1	1			1	1	
CPN Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)				1	1	1	1	1			1	1	
CPN Businessplan Wettbewerb (BPW)				1	1	1	1		1		1	1	
CPN Emporia Entrepreneur Challenge	1	1		1	1	1	1		1		1	1	
CPN nas Universidades do Sudoeste da China			1	1	1	1	1		1		1	1	1
CPN da University of Tokyo				1	1	1					1	1	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esse capítulo se refere aos procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, composto pelos seguintes itens:

- (item 3.1) Caracterização e tipo de pesquisa;
- (Item 3.2) População e tipo da amostra da pesquisa;
- (item 3.3) Técnica de coleta de dados;
- (item 3.4) Tratamento e análise de dados da pesquisa.

3.1 Caracterização e tipo de pesquisa

A pesquisa se caracteriza como exploratória na fase de observação e coleta de dados, pois “têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” e descritiva após a fase de tratamento e análise dos dados, pois “têm como objetivo a descrição das características [...] com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis” (Gil, 2022, p.42).

Quanto à seleção da amostra, por se tratar de uma pesquisa exploratória, foi adotado uma abordagem não probabilística com amostragem por tipicidade e por intencionalidade. Nesse sentido, a abordagem não probabilística apresenta ausência de “fundamentação matemática ou estatística, dependendo dos critérios estabelecidos pelo pesquisador”, a amostragem por tipicidade “consiste em selecionar elementos um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população” e na amostragem por intencionalidade “o que mais interessa na seleção da amostra é garantir a variabilidade de seus integrantes em relação a determinadas características” (Gil, 2019, p. 103-106).

Quanto ao método empregado, a pesquisa tem um delineamento de pesquisa documental no qual foi consultado documentos diversos das organizações e parceiros disponíveis na internet “tais como: assentamento, autorização, comunicação, [...] relatos de pesquisas, relatórios e boletins e jornais de empresas, atos jurídicos, compilações estatísticas, etc.” (Gil, 2022, p. 44-45)

Quanto à técnica de coleta de dados, a pesquisa utilizou a observação exploratória estruturada, onde “o pesquisador especifica detalhadamente o que será

observado, assim como a forma de registro e o nível de mensuração, o que implica a elaboração de um protocolo estruturado para a coleta dos dados” (Gil, 2019, p. 115).

Quanto a um protocolo de pesquisa, foi adotado um protocolo estruturado que constitui “um amplo conjunto de comportamentos que você deve adotar” um delineamento a partir da fundamentação teórica, das características das organizações pesquisadas e dos modelos das Competições de Planos de Negócios (CPN) selecionadas (Yin, 2016, p. 120).

A partir do protocolo de pesquisa estruturado, foi desenvolvido através do *Google Forms*, um instrumento de pesquisa estruturado (coleta dos dados) cujo processo de investigação e coleta de dados gerou aprendizados e aperfeiçoamento contínuo, gerando assim várias versões do protocolo de pesquisa e do instrumento de pesquisa estruturado. Nesse sentido, a análise dos dados ocorreu a partir das respostas listadas e dos gráficos gerados automaticamente pelo *Google Forms*.

Quanto à compilação, o tratamento e análise dos dados, foram realizadas a partir dos dados coletados através do *Google Forms* no qual automaticamente compilou alguns dados em informações, apresentados graficamente.

Na interpretação dos dados foi adotado a comparação exploratória entre os modelos pesquisados e a fundamentação teórica; e na conclusão dos dados foi adotado a construção de um Modelo Conceitual para as CPN.

Quanto ao Modelo Conceitual, foi adotado o conceito de Jabareen (2009, p. 50-51, tradução nossa) no qual são produtos de processos qualitativos de teorização, apresentados semelhantes a uma rede de conceitos interligados, que juntos fornecem uma compreensão abrangente de um fenômeno. Desta forma, o Modelo Conceitual apresentado é resultado da análise dos resultados das práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as CPN.

3.2 População e tipo da amostra da pesquisa

A população da pesquisa foi estabelecida como: as instituições de ensino públicas e privadas no Brasil e no mundo, que ofertem a seus estudantes Competições de Planos de Negócios (CPN). No estabelecimento da população da pesquisa com abrangência global, por razão dos raros ou inexistentes *rankings* com escolas técnicas, tecnológicas, politécnicas ou de ensino médio, foi adotado como fonte para seleção das universidades selecionadas para a pesquisa a partir dos *rankings*

internacionais e regionais de instituições públicas e privadas de ensino superior (universitário).

No tocante à abrangência regional, especificamente no Brasil, por razão da ausência Universidade de São Paulo (USP) no *ranking* do Ministério da Educação do Governo Brasileiro (MEC) e da ausência dos Institutos Federais da Rede Federal nos *rankings* internacionais, foi adotado a seleção das: universidades internacionais a partir do *THE World University Ranking*; das universidades brasileiras a partir do *THE Latin America University Rankings* e dos Institutos Federais a partir do *rankings* IGC – Índice Geral do Curso.

THE World University Ranking (2023), é um dos *rankings* internacionais mais antigos e abrangentes da atualidade (realizado desde 2004, com 1.799 instituições em 104 países), sendo este *ranking* adotado na seleção das instituições de ensino públicas e privadas com abrangência global.

THE Latin America University Rankings (2023), é um dos *rankings* regionais mais abrangentes da atualidade (realizado desde 2016, com 197 instituições em 15 países), sendo este *ranking* adotado na seleção das instituições de ensino públicas e privadas no Brasil (filtro: BRAZIL).

IGC – Índice Geral do Curso (*ranking 2021*), é um dos *rankings* brasileiros mais antigos e abrangentes da atualidade (realizado desde 2004, com 2012 instituições brasileiras), sendo este *ranking* adotado na seleção das instituições públicas de ensino técnico e tecnológico (médio e superior) no Brasil.

Se faz importante ressaltar a importância da inclusão nas universidades selecionadas para a pesquisa, a Rede Federal (Universidade Tecnológica, Centro Federais e Institutos Federais) devido sua significativa capilaridade em todo território brasileiro, com 41 instituições, 656 unidades, 11.814 cursos e 1.513.075 estudantes matriculados em 2022 (Brasil, 2023).

Considerando o tema, os objetivos, as características da pesquisa, segue a listagem da população com 132⁸ IES apresentadas a seguir:

- *Top 50 - THE World University Ranking 2023* (Quadro 38);
- *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023* (Quadro 39);
- *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021* (Quadro 40).

⁸ A UTFPR está presente em duas listas, sendo a mesma contabilizada em apenas uma das listas.

Quadro 38 – Top 50 - THE World University Ranking 2023

Rank	Name	Country/Region	Overall
1	University of Oxford	United Kingdom	96.4
2	Harvard University (HARVARD)	United States	95.2
=3	University of Cambridge	United Kingdom	94.8
=3	Stanford University	United States	94.8
5	Massachusetts Institute of Technology (MIT)	United States	94.2
6	California Institute of Technology (CALTECH)	United States	94.1
7	Princeton University	United States	92.4
8	University of California, Berkeley (UC Berkeley)	United States	92.1
9	Yale University	United States	91.4
10	Imperial College London	United Kingdom	90.4
=11	Columbia University	United States	89.4
=11	Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETHZ)	Switzerland	89.4
13	The University of Chicago	United States	88.9
14	University of Pennsylvania	United States	88.8
15	Johns Hopkins University (JHU)	United States	88.3
16	Tsinghua University (THU)	China	88.2
17	Peking University (PKU)	China	88.1
18	University of Toronto	Canadá	87.4
19	National University of Singapore (NUS)	Singapore	87.1
20	Cornell University	United States	85.9
21	University of California, Los Angeles (UCLA)	United States	85.8
22	University College London (UCL)	United Kingdom	85.7
23	University of Michigan	United States	82.9
24	New York University	United States	82.7
25	Duke University	United States	82.6
=26	Northwestern University	United States	82.1
=26	University of Washington	United States	82.1
28	Carnegie Mellon University	United States	81.1
29	University of Edinburgh	United Kingdom	79.8
30	Technical University of Munich (TUM)	Germany	79.3
31	University of Hong Kong	Hong Kong	78.5
32	University of California, San Diego (UCSD)	United States	78.1
33	Ludwig Maximilian University of Munich (LMU)	Germany	77.7
34	University of Melbourne	Australia	77.6
35	King's College London (KCL)	United Kingdom	77.1
36	Nanyang Technological University, Singapore (NTU)	Singapore	77.0
37	London School of Economics and Political Science (LSE)	United Kingdom	76.5
38	Georgia Institute of Technology (Georgia Tech)	United States	76.0
39	The University of Tokyo	Japan	75.9
40	University of British Columbia (UBC)	Canada	75.7
41	École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL)	Switzerland	75.4
42	Katholieke Universiteit Leuven (KU Leuven)	Belgium	74.6
43	Universität Heidelberg	Germany	74.1
44	Monash University	Australia	73.6
45	Chinese University of Hong Kong	Hong Kong	73.2
46	McGill University	Canada	73.0
47	Université Paris Sciences et Lettres (Université PSL)	France	72.9
48	University of Illinois at Urbana-Champaign (UIUC)	United States	72.7
49	Karolinska Institute (KI)	Sweden	72.4
50	University of Texas at Austin (UT Austin)	United States	72.3

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quadro 39 – Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023

Rank	Name	Country/Region	Overall
2	Universidade de São Paulo (USP)	Sudeste	88.3
3	Universidade de Campinas (UNICAMP)	Sudeste	87.0
5	Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)	Sudeste	84.5
7	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Sudeste	82.5
8	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC–Rio)	Sudeste	81.9
10	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	Sudeste	81.1
11	Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	Sudeste	80.9
16	Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)	Sudeste	72.9
18	Universidade Federal do ABC (UFABC)	Sudeste	69.8
21	Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)	Sudeste	67.2
24	Universidade Federal de Viçosa (UFV)	Sudeste	66.4
32	Universidade Federal de Lavras (UFLA)	Sudeste	63.4
=36	Universidade Federal de Fluminense (UFF)	Sudeste	61.9
=45	Universidade Federal de Uberlândia (UFU)	Sudeste	58.5
49	Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)	Sudeste	56.8
63	Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)	Sudeste	49.9
65	Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)	Sudeste	48.9
86	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas)	Sudeste	42.8
96	Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI)	Sudeste	40.7
6	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Sul	83.1
12	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Sul	80.3
13	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)	Sul	78.8
19	Universidade Federal do Paraná (UFPR)	Sul	69.5
=28	Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	Sul	64.5
47	Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)	Sul	57.4
50	Universidade Estadual de Maringá (UEM)	Sul	56.2
51	Universidade Estadual de Londrina (UEL)	Sul	55.2
56	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)	Sul	52.9
72	Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA)	Sul	46.4
=82	Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)*	Sul	43.6
84	Universidade do Estado de Santa Catarina (UESC)	Sul	43.1
=99	Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)	Sul	40.2
23	Universidade Federal do Ceará (UFC)	Nordeste	66.6
26	Universidade Federal da Bahia (UFBA)	Nordeste	65.7
=28	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	Nordeste	64.5
35	Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)	Nordeste	62.5
70	Universidade Federal de Sergipe (UFS)	Nordeste	46.6
=93	Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)	Nordeste	41.4
17	Universidade de Brasília (UNB)	Centro-Oeste	70.8
42	Universidade Federal de Goiás (UFG)	Centro-Oeste	59.1
98	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)	Centro-Oeste	40.3
71	Universidade Federal do Pará (UFPA)	Norte	46.5

*UTFPR está listada neste Quadro 38 e no Quadro 39.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quadro 40 – Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021

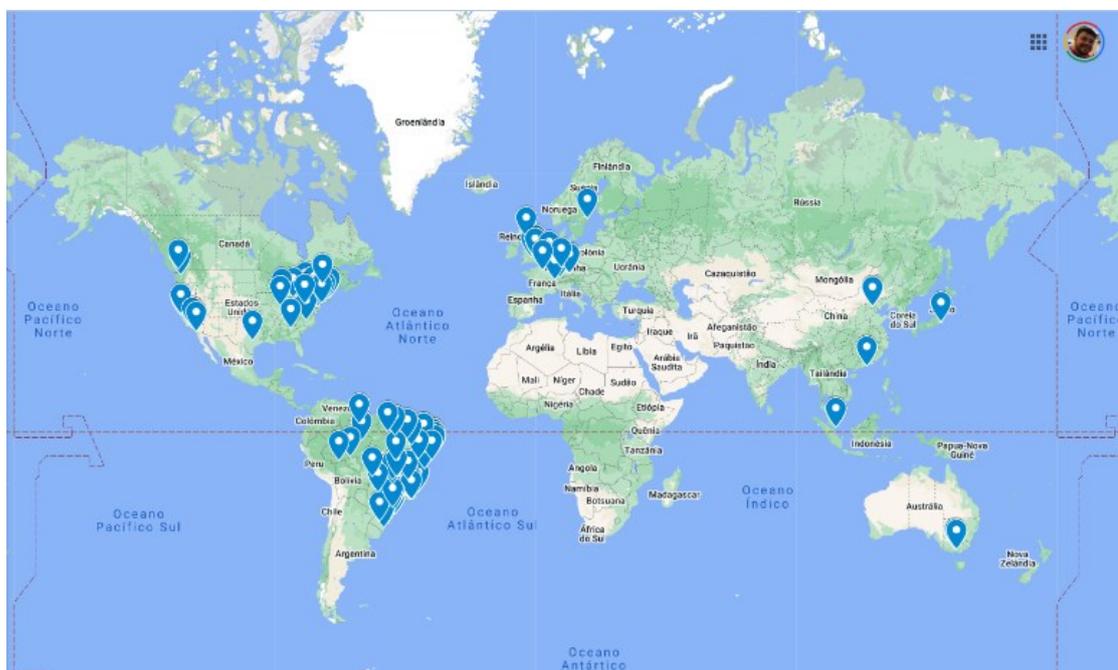
Rank	Nome da IES	Região	IGC
101	Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG)	Sudeste	3,594
123	Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ)	Sudeste	3,516
231	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ)	Sudeste	3,284
269	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP)	Sudeste	3,222
303	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo (IFES)	Sudeste	3,171
306	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IESUL DEMINAS)	Sudeste	3,170
494	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro (IFTM)	Sudeste	2,947
536	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais (IFMG)	Sudeste	2,905
538	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais (IF Sudeste MG)	Sudeste	2,902
588	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense (IFFluminense)	Sudeste	2,855
721	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Norte de Minas Gerais (IFNMG)	Sudeste	2,753
339	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe (IFS)	Nordeste	3,112
418	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN)	Nordeste	3,012
423	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA)	Nordeste	3,008
471	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB)	Nordeste	2,963
622	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IF Baiano)	Nordeste	2,824
756	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (IFPE)	Nordeste	2,726
765	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)	Nordeste	2,723
889	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL)	Nordeste	2,628
893	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano (IF Sertão-PE)	Nordeste	2,626
1028	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI)	Nordeste	2,543
1029	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA)	Nordeste	2,542
132	Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)*	Sul	3,498
189	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC)	Sul	3,349
230	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS)	Sul	3,285
247	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense (IFC)	Sul	3,258
318	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-Rio-Grandense (IFSul)	Sul	3,142
328	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (IF Farroupilha)	Sul	3,126
576	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná (IFPR)	Sul	2,862
238	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano (IF Goiano)	Centro-Oeste	3,274
442	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (IFG)	Centro-Oeste	2,990
591	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)	Centro-Oeste	2,854
682	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS)	Centro-Oeste	2,780
1118	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO)	Centro-Oeste	2,487
1437	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT)	Centro-Oeste	2,257
278	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)	Norte	3,201
456	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM)	Norte	2,977
965	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO)	Norte	2,587
1062	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Acre (IFAC)	Norte	2,520
1320	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima (IFRR)	Norte	2,357
1386	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá (IFAP)	Norte	2,299

*UTFPR está listada neste Quadro 39 e no Quadro 38.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Segue visualização da distribuição da população da pesquisa, (Figura 22) disponível no link: [população da pesquisa](#).

Figura 22 – Mapa da localização da população da pesquisa (*Google Maps*)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) no Google Maps (2023)

A pesquisa visa investigar instituições de ensino superior (IES) públicas e privadas que ofertem uma Formação Empreendedora (FE) a seus estudantes mediante Competições de Planos de Negócios (CPN). Nesse sentido, foi delimitado o tipo da amostra dos indivíduos como não probabilístico, selecionados por tipicidade e intencionalidade (item 1.3), conforme critérios e procedimentos a seguir:

- A CPN deve ser organizada por uma instituição de ensino superior e/ou por estudantes da IES com apoio institucional;
- A CPN deve ser executada no ambiente acadêmico e por conta virtualização e mudanças operacionais provocadas pela pandemia da COVID-19, deve ter sido executada entre os anos de 2021 e 2023;
- As inscrições para a CPN têm que ter pelo menos um estudante com matrícula ativa na instituição;
- As propostas de negócios para a CPN devem estar em estágio de ideação (semente), não acolhendo assim propostas em estágio de pré-aceleração e/ou com um MVP.

Considerando a população e o tipo de amostra, foi delimitado o quantitativo na amostra da pesquisa de **15 Competições de Planos de Negócios** a partir da população da pesquisa na seguinte quantidade:

- 05 CPN das *Top 50 - THE World University Ranking 2023*;
- 05 CPN⁹ das *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023*;
- 05 CPN¹⁰ das *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021*.

3.3 Técnica de coleta de dados

A presente pesquisa adotou a técnica de coleta de dados: análise documental. Na análise documental, foi verificado nos sites institucionais das Instituições de Ensino a disponibilidade quanto ao acesso e consulta de documentos diversos das organizações e parceiros disponíveis na internet relacionados a Centros de Empreendedorismo (CEmp), ações e/ou programas de fomento ao Empreendedorismo e a execução de Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico.

3.3.1 Instrumentos e materiais de pesquisa

Foram desenvolvidos os seguintes materiais e instrumentos durante e após coleta de dados da pesquisa documental:

- ✓ Material de pesquisa população e amostra:
 - *Top 50 - THE World University Ranking 2023* (Quadro 38);
 - *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023* (Quadro 39);
 - *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021* (Quadro 40).
 - Mapa de localização da população da pesquisa (Figura 22).
- ✓ Instrumento de pesquisa estruturado (*MS Excel*) – Descontinuado;
- ✓ Apêndice I – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN;
- ✓ Apêndice J – Instrumento de tratamento: categorias do processo das CPN (Fundamentação)
- ✓ Fluxograma de processos e procedimento (*MS Power Point*) (Figura 26);

⁹ Preferencialmente uma competição por cada região brasileira.

¹⁰ Preferencialmente uma competição por cada região brasileira.

- ✓ Apêndice K – Instrumento de pesquisa estruturado para coleta dos dados;
- ✓ Apêndice L – Instrumento de tratamento: microprocessos das CPN (Pesquisa);
- ✓ Apêndice M – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (Pesquisa);
- ✓ Apêndice O – Instrumento de tratamento: critérios da seleção final das CPN (Pesquisa).

3.3.2 Pré-testes do instrumento de pesquisa estruturado

A 1.^a versão do instrumento de pesquisa estruturado foi desenvolvida no *MS Excel*, sendo inserido os parâmetros (etapas, processos empreendedores, critérios de avaliação e Competências Empreendedoras) identificados na fundamentação teórica. Durante a construção da 1.^a versão foram identificadas incongruências, dificuldades de execução e no preenchimento, sendo necessário a descontinuidade da ferramenta (Figura 23).

Figura 23 – 1.^a Versão do instrumento de pesquisa estruturado (*MS Excel*)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL		
1	Grupo	Nome institucional	Classificação (Sem inovação)	Priorização	Priorização Geral (Sem priorização)	Selecionado para a pesquisa?	Data da pesquisa	Tem forma estruturada de pesquisa?	Atividade da CPN	Nome	Processo																													
2	Apêndice G	Universidade de Oxford	1	Reino Unido	95,4																																			
3	Apêndice G	Universidade de Harvard	2	Estados Unidos	95,2																																			
4	Apêndice G	Universidade de Cambridge	3	Reino Unido	94,9																																			
5	Apêndice G	Universidade de Stanford	3	Estados Unidos	94,3																																			
6	Apêndice G	Instituto de Tecnologia de Massachusetts	5	Estados Unidos	94,2																																			
7	Apêndice G	Instituto de Tecnologia da Califórnia	6	Estados Unidos	94,1																																			
8	Apêndice G	Universidade de Princeton	7	Estados Unidos	92,4																																			
9	Apêndice G	Universidade da Califórnia, Berkeley	8	Estados Unidos	91,1																																			
10	Apêndice G	Universidade de Yale	9	Estados Unidos	91,4																																			
11	Apêndice G	Colégio Imperial de Londres	10	Reino Unido	89,4																																			
12	Apêndice G	Universidade Columbia	11	Estados Unidos	89,4																																			
13	Apêndice G	ETH zurique	11	Suíça	89,4																																			
14	Apêndice G	A Universidade de Chicago	13	Estados Unidos	89,9																																			
15	Apêndice G	Universidade da Pensilvânia	14	Estados Unidos	89,9																																			
16	Apêndice G	Universidade Johns Hopkins	15	Estados Unidos	88,3																																			
17	Apêndice G	Universidade de Tóquio	16	China	88,2																																			
18	Apêndice G	Universidade de Pequim	17	China	88,1																																			
19	Apêndice G	Universidade de Toronto	18	Canadá	87,4																																			
20	Apêndice G	Universidade Nacional de Síntese	18	Paraná	87,4																																			

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A 2.^a versão instrumento de pesquisa estruturado (Figura 24) foi desenvolvida no *Google Forms*, onde a estrutura da 1.^a versão (*MS Excel*) foi adaptada e transcrita.

Figura 24 – 2.^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (*Google Forms*)

Seção 1 de 23

Instrumento de pesquisa documental CPN

Dados gerais da instituição

Qual a NOTA GERAL da Instituição no Ranking THE ou no Ranking IGC/MEC?

Texto de resposta curta

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Durante o teste de semântica e parâmetros foi identificada nova necessidade de ajustes na formulação das perguntas e na apresentação dos parâmetros, sendo necessário a construção de uma 3.^a versão (Figura 25).

Figura 25 – 3.^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (*Google Forms*)

Seção 1 de 20

Instrumento de pesquisa documental CPN

O estudo irá analisar quinze (15) frameworks de competições de planos de negócios executados entre os anos de 2020 e 2022, selecionados a partir de:

- 05 (cinco) frameworks selecionados a partir do Ranking produzido pelo Times Higher Education – THE, produzido em parceria com a ELSEVIER, que fornece dados de desempenho em universidades no cenário global desde 2004, sendo: (a) 05 (cinco) frameworks por saturação entre as 50 (cinquenta) universidades mundiais com melhor desempenho no Ranking 2023. Disponível

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

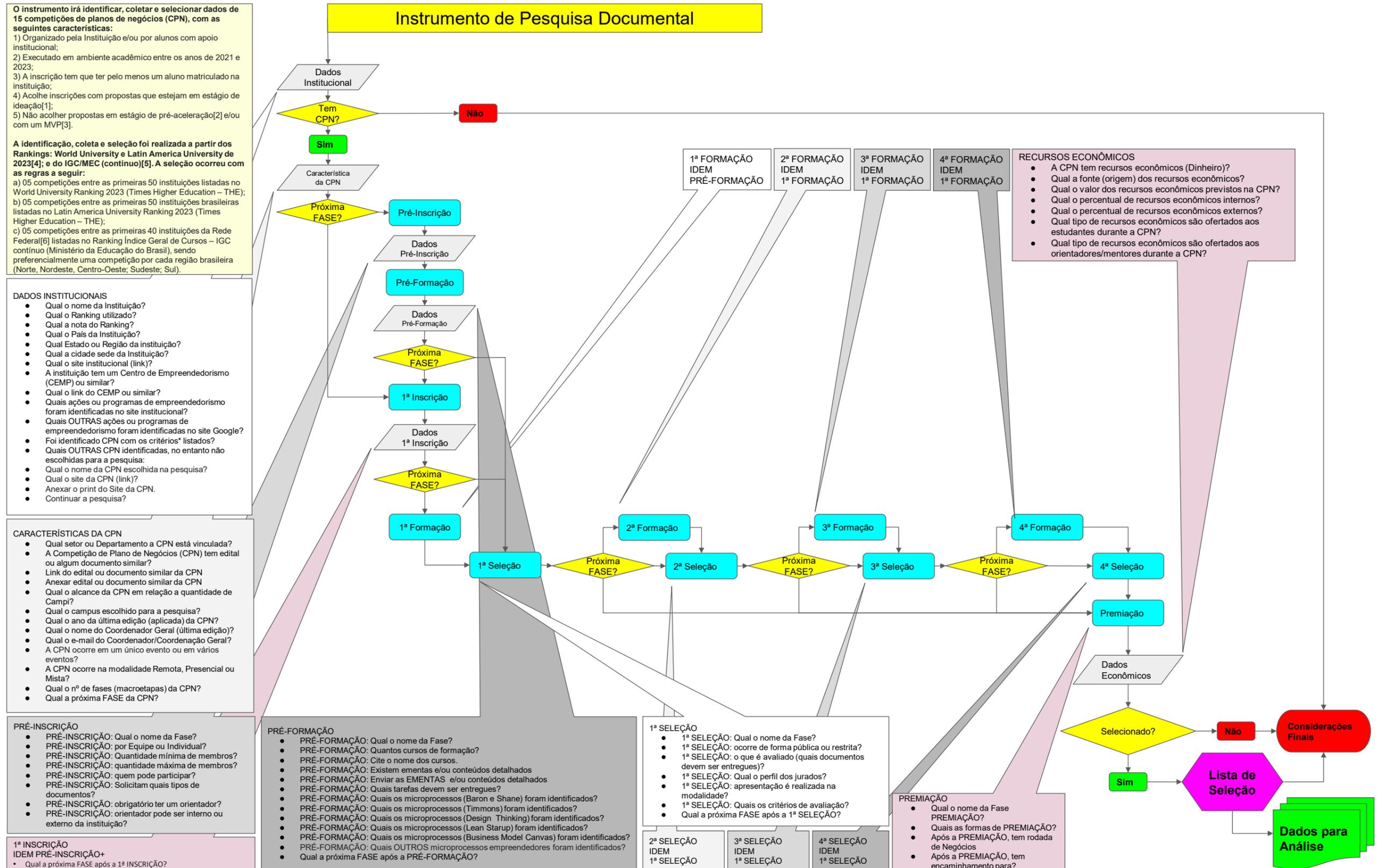
Após o ajuste (semântico e parâmetros) da 3.^a versão do instrumento de pesquisa estruturado, foi iniciado o pré-teste de coleta de dados. Durante a primeira coleta de amostra (Universidade de Oxford) foram identificadas necessidades de novos ajustes semânticos, sendo necessário a construção do Apêndice I e o Apêndice J, gerando assim, os seguintes materiais de pesquisa: Categorias e indicadores do processo das CPN da fundamentação (Quadro 41); [Fluxograma de processos e procedimentos](#) (Figura 26).

Quadro 41 – Categorias e indicadores do processo das CPN da fundamentação

Dados institucionais das CPN	Estrutura	Características dos participantes
<ul style="list-style-type: none"> · Nome, cidade, estado, região e país; · Link de site institucional · Centro de Empreendedorismo · Links de setores importantes · Eventos similares a CPN · Nome da competição de planos de negócios · Link da competição de planos de negócios · Tipos de documentos (site institucional e edital) · Campus ou campi · Ano · Coordenador · E-mail 	<ul style="list-style-type: none"> · Forma (evento único X vários eventos); · Modalidade (remota X presencial X mista); · Quantidade de etapas (5 a 12); * Pré-Inscrição; * Pré-Formação; * Inscrição; * 1.ª Formação; * 1.ª Seleção * 2.ª Formação; * 2.ª Seleção * 3.ª Formação; * 3.ª Seleção; * 4.ª Formação; * Seleção final * Premiação e encaminhamento. 	<ul style="list-style-type: none"> · Inscrição (equipe X individual) · Quantidade mínima por inscritos (um, dois, três) · Quantidade máxima por inscritos (Cinco, seis, sete) · Perfil dos participantes * Estudantes matriculados na instituição * Estudantes egressos (liderados por estudantes matriculados) * Estudantes externos (liderados por estudantes matriculados) * Professor ou técnico (com pelo menos um estudante matriculado)
Característica da Inscrição	Seleção	Crterios de Seleção
<ul style="list-style-type: none"> · Documentos solicitados * Ideia de negócio * Slides (apresentação) * Vídeo Pitch * Canvas (BMC) * Plano de negócios * Documentos solicitados · Orientador * Interno * Externo 	<ul style="list-style-type: none"> · Apresentações * Pública * Restrita * Mista · Documentos * Ideia de negócio * Slides (apresentação) * Vídeo Pitch * Canvas (BMC) e/ou proposta de valor (BMC) * Plano de negócios · Jurados * Internos * Externos * Mistos 	<ul style="list-style-type: none"> * Originalidade da ideia de negócio * Definição do cliente; * Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço) * Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado) * Análise ambiental (concorrência) * Avaliação/mitigação de riscos * Vantagem competitiva sustentável * Potencial de monetização/comercialização * Estratégia de Marketing * Potencial de crescimento do negócio * Potencial e a escalabilidade do negócio * Sustentabilidade financeira * Sustentabilidade Social * Sustentabilidade ambiental * Potencial de inovação (gerar mercado) * Atratividade de investimento; * Potencial de IPO (oferta pública inicial). * Equipe (capacidade de administrar e implementar) * Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico) * Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário) * Percepção do avaliador (subjetivo)
Formação	Premiação	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> · Cursos/Disciplinas · Ementas · Tarefas solicitadas * Ideia de negócio * Slides (apresentação) * Vídeo Pitch * Canvas (BMC) * Plano de negócios · Microprocessos * Baron e Shane (2014); * Timmons (2012); * Design Thinking (2019) * Lean Startup (2012) * Testing Business Ideas (2020) * Mentoria 	<ul style="list-style-type: none"> · Participante * Recursos econômicos (dinheiro) * Títulos e certificados * Cursos de formação * Mentorias especialistas * Rodada de investidores * Suporte e recursos informáticos * Encaminhamento para outras ações ou eventos · Encaminhamento * Incubadoras * Aceleradoras * Hub inovação * Seleção de editais de fomento público * Outras CPN 	<ul style="list-style-type: none"> · Origem (Interno X Externo) · Valor · Percentual interno · Recursos estudantes * Bolsa (FORMAÇÃO, PESQUISA/iniciação científica/inovação, EXTENSÃO) * Estágio/contrato remunerado * Recursos (de CUSTEIO, de CAPITAL, prêmio PECÚLIO) · Recursos orientadores * Bolsa (FORMADOR, ORIENTADOR PESQUISA, EXTENSÃO) * Estágio/contrato remunerado * Recursos (de CUSTEIO, recursos de CAPITAL, prêmio PECÚLIO)

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Figura 26 – Fluxograma: processos e procedimentos (MS Power Point)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

De posse do fluxograma de processos e procedimentos, foram realizados novos ajustes na 4.^a versão (Figura 27) e na 5.^a versão (Figura 28) do instrumento de pesquisa estruturado.

Figura 27 – 4.^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (*Google Forms*)

Seção 1 de 20

Instrumento de pesquisa documental CPN

O estudo irá analisar quinze (15) frameworks de competições de planos de negócios executados entre os anos de 2020 e 2022, selecionados a partir de:

- 05 (cinco) frameworks selecionados a partir do Ranking produzido pelo Times Higher Education – THE, produzido em parceria com a ELSEVIER, que fornece dados de desempenho em universidades no cenário global desde 2004, sendo: (a) 05 (cinco) frameworks por saturação entre as 50 (cinquenta) universidades mundiais com melhor desempenho no Ranking 2023. Disponível

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Figura 28 – 5.^a versão do instrumento de pesquisa estruturado (*Google Forms*)

Seção 1 de 16

Instrumento de pesquisa documental CPN

O estudo irá analisar quinze (15) frameworks de competições de planos de negócios executados entre os anos de 2020 e 2022, selecionados a partir de:

- 05 (cinco) frameworks selecionados a partir do Ranking produzido pelo Times Higher Education – THE, produzido em parceria com a ELSEVIER, que fornece dados de desempenho em universidades no cenário global desde 2004, sendo: (a) 05 (cinco) frameworks por saturação entre as 50 (cinquenta) universidades mundiais com melhor desempenho no Ranking 2023. Disponível

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Após o ajuste da 5.^a versão do instrumento de pesquisa estruturado, foi iniciado um novo pré-teste de coleta de dados a partir da Universidade de Oxford.

3.4 Tratamento e análise de dados da pesquisa

Os instrumentos de pesquisa, desenvolvidos a partir do delineamento da pesquisa e da fundamentação teórica, apresentam as categorias utilizadas na coleta, tratamento e análise dos documentos da pesquisa.

Nos preparativos da pesquisa documental, houve a construção de um fluxograma de processos e procedimentos da pesquisa documental (Figura 26), e a construção do Apêndice K através do *Google Forms* com 150 indicadores (em forma de questões).

A partir do fluxograma de processos e do instrumento para coleta de dados da pesquisa documental, foi iniciado a pesquisa nos documentos disponíveis nos sites institucionais e de parceiros sobre as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico.

O percurso metodológico da análise das CPN da pesquisa documental iniciou durante os testes do instrumento com as observações e ajustes do pré-teste e teste do instrumento de pesquisa estruturado.

A partir do instrumento de pesquisa estruturado, houve investigação em 26 IES (amostra preliminar) na busca de identificar, selecionar e coletar dados de 15 IES com as respectivas Competições de Planos de Negócios (amostra da pesquisa).

Quanto aos processos e procedimentos executados durante a busca e coleta de dados documentais, a investigação seguiu o seguinte roteiro:

- 1) Reunir os seguintes materiais de pesquisa desenvolvidos:
 - ✓ Desenho estrutural: CPN da fundamentação (Figura 21);
 - ✓ Mapeamento estrutural: CPN da fundamentação (Quadro 37);
 - ✓ Fluxograma: processos e procedimentos (MS Power Point) (Figura 26);
 - ✓ *Top 50 - THE World University Ranking 2023* (Quadro 38);
 - ✓ *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023* (Quadro 39);
 - ✓ *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021* (Quadro 40);
 - ✓ Mapa de localização da população da pesquisa (Figura 22);
 - ✓ Apêndice K – Instrumento de pesquisa estruturado para coleta dos dados.
- 2) A partir do acesso ao site institucional da população escolhida e consultada por ordem decrescente de nota no *ranking* adotado, foi selecionado uma amostra preliminar com 26 IES (item 4.2.1), sendo realizado os seguintes procedimentos de busca investigativa:
 - ✓ Após coleta dos dados gerais, a investigação teve concentração em mapear o ecossistema empreendedor da IES na busca do setor ou órgão que promova o Empreendedorismo dentro e fora da instituição, similar a um Centro de Empreendedorismo, utilizando os seguintes termos de busca:
 - i. *Entrepreneurship Center* (inglês) ou Centro de Empreendedorismo (português);

- ii. *Business Plan Competitions* (inglês) e Competições de Planos de Negócios (português);
 - iii. *Startup OR Entrepreneurship OR Challenge* (inglês) e *startup OR desafio OR Empreendedorismo* (português);
 - iv. *Pitch Day OR Demo Day*.
- ✓ Durante a investigação no buscador do site institucional e/ou no buscador do Google, foi coletado nome e links dos principais setores vinculados ao Empreendedorismo e inovação na IES (Centro de Empreendedorismo, NIT, incubadoras, aceleradoras, agências de inovação, centro de treinamento, clubes de estudantes etc.) e os principais eventos similares às CPN (congressos, feiras, cursos, *Pitch Day*, *Demo Day*, desafios, competições etc.)
- 3) A partir da investigação da amostra preliminar (item 4.2.1), considerando os critérios de tipicidade e intencionalidade (item 1.3), foram selecionadas as 15 IES com as respectivas Competições de Planos de Negócios, compondo assim, a amostra da pesquisa (item 4.2.2), sendo realizado os seguintes procedimentos de busca investigativa:
- ✓ A partir dos eventos similares às CPN, foi realizado um aprofundamento da investigação (em cada evento similar a uma CPN) na busca das características mínimas das CPN elencadas acima.
 - ✓ Nos casos da existência de mais de uma CPN no atendimento das características mínimas, foi adotado a CPN com maiores quantidades de informações complementares (etapas, capacitações, critérios de avaliação, jurados e premiações).
 - ✓ Caso não fosse identificado uma CPN no atendimento das características mínimas, a investigação era concluída, sendo iniciada a investigação da IES seguinte nos *rankings*.
 - ✓ Nos casos das universidades brasileiras do *ranking THE Latin America* e da Rede Federal do *Ranking IGC*, foi adotado a seleção de pelo menos uma instituição em cada região brasileira. Nos casos em que uma das regiões brasileiras não fornecesse indivíduos com características mínimas, foi adotado a seleção entre as outras regiões.
- 4) A partir dos dados coletados das 15 CPN da amostra da pesquisa, foram compilados e redigidos os resultados da pesquisa: Caracterização do lócus e população da pesquisa (item 4.1); Perfil da amostra preliminar e da amostra da

pesquisa (item 4.2); Características gerais das CPN (item 4.3.1); Processos Empreendedor das CPN (item 4.3.2); Características das inscrições das CPN (item 4.3.3); Características das seleções das CPN (item 4.3.4); Características das formações das CPN (item 4.3.5); Características das premiações das CPN (item 4.3.6).

- 5) A partir dos resultados da pesquisa, as seguintes análises foram realizadas:
- ✓ Na análise das características gerais das CPN (item 4.4.1), houve a compilação e tratamento: das maiores frequências nas características gerais das CPN (item 4.3.3);
 - ✓ Na análise dos microprocessos empreendedores das CPN (item 4.4.2), houve a construção do Apêndice L para compilação e tratamento das maiores frequências dos Processos Empreendedores nas CPN;
 - ✓ Na análise das etapas e fases das CPN (item 4.4.3), houve a construção do Apêndice M, para compilação e tratamento das maiores frequências e a construção do Mapeamento estrutural: CPN da pesquisa;
 - ✓ Na análise comparativa estrutural entre a fundamentação teórica e a pesquisa (item 4.4.4), houve a compilação e tratamento: das frequências comparativa;
 - ✓ Na análise das fases iniciais (item 4.4.5) e intermediárias (item 4.4.6), houve a compilação e tratamento das maiores frequências das fases analisadas;
 - ✓ Na análise das seleções finais (item 4.4.7), houve a construção do Apêndice N e Apêndice O para compilação e tratamento das maiores frequências dos documentos avaliados e dos critérios de avaliação.
- 6) A partir das análises da pesquisa, houve a apresentação das conclusões da pesquisa no atendimento dos objetivos da pesquisa

4 RESULTADOS E ANÁLISE DA PESQUISA

Os resultados a seguir, foram obtidos a partir da pesquisa documental e após tratamento dos dados oriundos do instrumento de pesquisa estruturado. Este capítulo está dividido nos seguintes itens:

- (item 4.1) Caracterização do *locus* e população da pesquisa;
- (item 4.2) Perfil da amostra preliminar e da amostra da pesquisa;
- (item 4.3) Características, processo, estrutural e fases das CPN da pesquisa;
- (item 4.4) Análise dos resultados das CPN;
- (item 4.5) Conclusões da pesquisa.

4.1 Caracterização do *locus* e população da pesquisa

A pesquisa investigou instituições de ensino superior (IES) públicas e privadas que ofertem uma Formação Empreendedora (FE) a seus estudantes mediante Competições de Planos de Negócios (CPN) e selecionados por tipicidade e intencionalidade, conforme critérios e procedimentos a seguir:

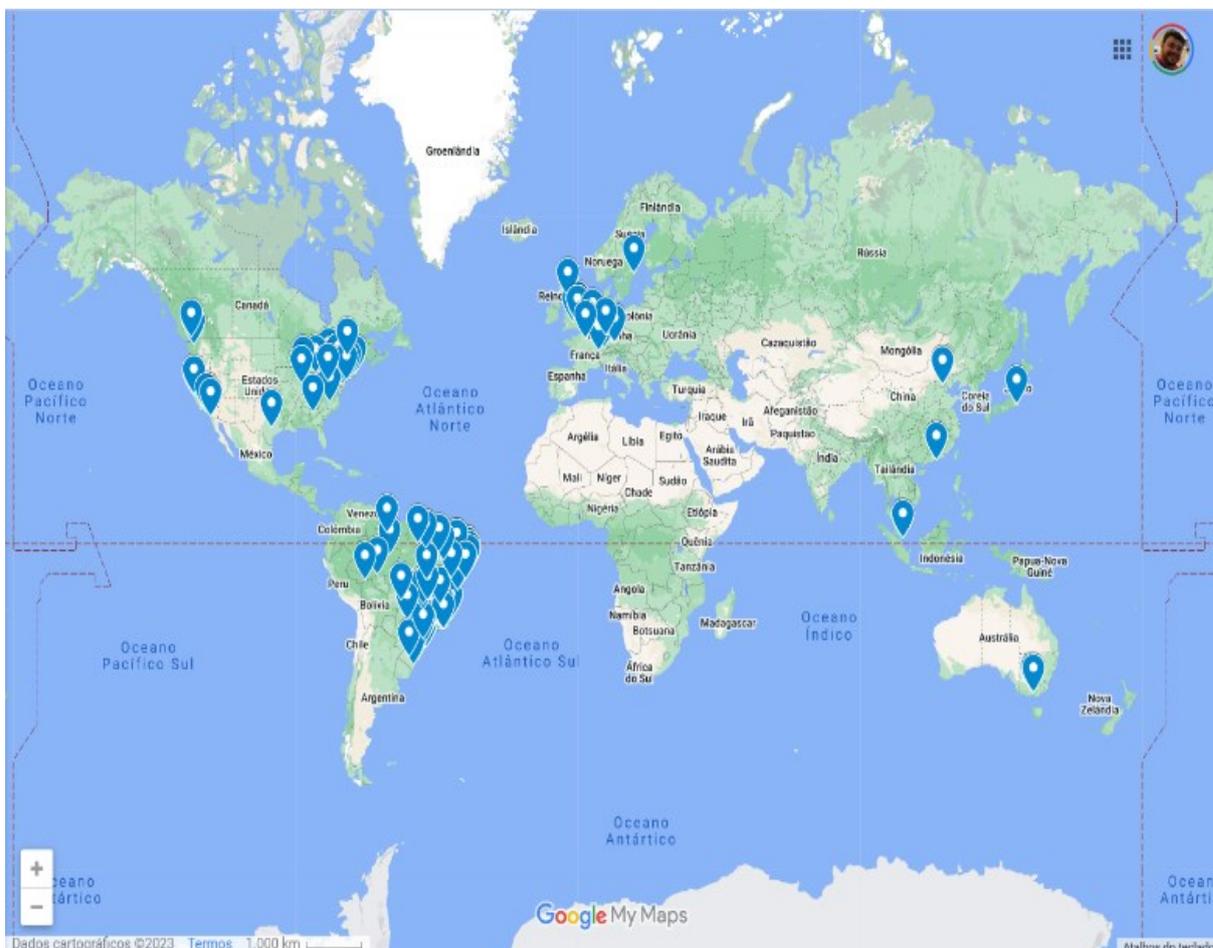
- A CPN deve ser organizada por uma instituição de ensino superior e/ou por estudantes da IES com apoio institucional;
- A CPN deve ser executada no ambiente acadêmico e por conta virtualização e mudanças operacionais provocadas pela pandemia da COVID-19, deve ter sido executada entre os anos de 2021 e 2023;
- As inscrições para a CPN têm que ter pelo menos um estudante com matrícula ativa na instituição;
- As propostas de negócios para a CPN devem estar em estágio de ideação (semente), não acolhendo assim propostas em estágio de pré-aceleração e/ou com um MVP.

Considerando o tema, os objetivos, a tipicidade e intencionalidade da amostra (não probabilística) foram estabelecidos para o *locus* e população da pesquisa 132¹¹ Instituições de Ensino Superior (IES) pública e privadas, localizadas no Brasil e no mundo (Figura 29) a partir dos recortes dos seguintes *rankings*:

¹¹ A UTFPR está presente em duas listas, sendo a mesma contabilizada em apenas uma das listas.

- *Top 50 - THE World University Ranking 2023* (Quadro 38);
- *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023* (Quadro 39);
- *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021* (Quadro 40).

Figura 29 – Mapa da localização da população da pesquisa (*Google Maps*)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023). *Google Maps* (2023)

Considerando a população e o tipo de amostra, foi delimitado o quantitativo de **15 Competições de Planos de Negócios** a partir da população da pesquisa na seguinte quantidade na amostra da pesquisa:

- 05 CPN das *Top 50 - THE World University Ranking 2023*;
- 05 CPN¹² das *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023*;
- 05 CPN¹³ das *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021*.

¹² Preferencialmente uma competição por cada região brasileira.

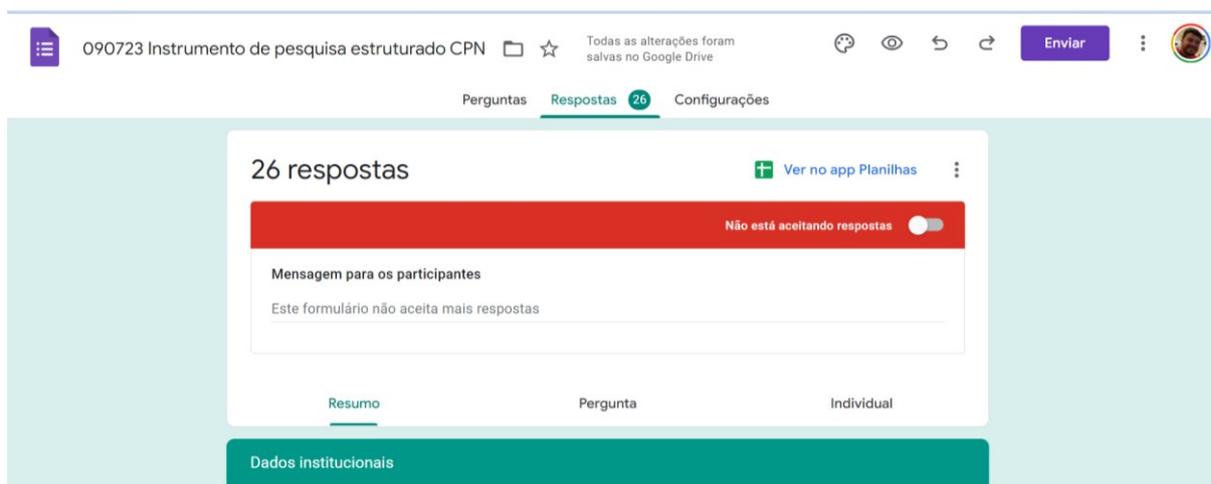
¹³ Preferencialmente uma competição por cada região brasileira.

4.2 Perfil da amostra preliminar e da amostra da pesquisa

Os resultados dos dados a seguir, ainda que apresentem percentuais, devem ser considerados apenas com efeitos didáticos, visto que o número de casos nos cálculos realizados é extremamente pequeno, não cabendo assim qualquer generalização dos resultados apresentados.

Na busca das **15 Competições de Planos de Negócios (CPN)** no ambiente acadêmico entre os anos 2021 e 2023, sendo considerados os critérios de tipicidade e intencionalidade da pesquisa, houve a investigação documental de 26 Instituições de Ensino Superior (IES) na busca de identificar, selecionar, coletar dados da amostra preliminar e da amostra da pesquisa. Os resultados apresentados foram obtidos com a utilização do [Instrumento de pesquisa estruturado](#) (Figura 30).

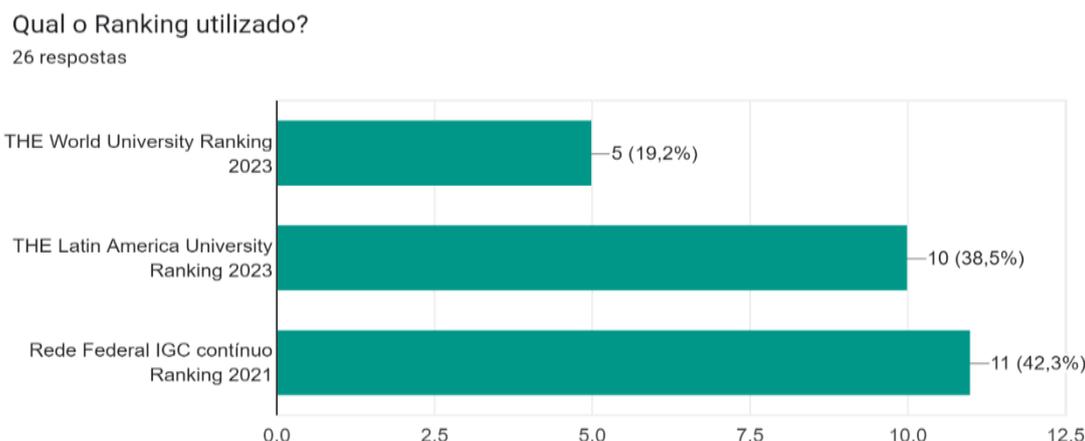
Figura 30 – Resultados a partir do instrumento de pesquisa estruturado



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

Relacionado às listagens (*rankings*) adotados no *lócus* da pesquisa, segue a quantidade da amostra preliminar para a pesquisa por *ranking* (Gráfico 1):

- 05 (19,2%) das 26 IES selecionadas preliminarmente para a pesquisa, entre as *Top 50 - THE World University Ranking 2023*;
- 10 (38,5%) das IES selecionadas preliminarmente para a pesquisa, entre as *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023*;
- 11 (42,3%) das IES selecionadas preliminarmente para a pesquisa, entre as *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021*.

Gráfico 1 – IES selecionadas preliminarmente para a pesquisa por *ranking*

Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.2.1 Amostra preliminar: Instituições de Ensino Superior (IES)

As 26 Instituições de Ensino Superior (IES) da amostra preliminar foram:

- 1) *University of Oxford*;
- 2) *Harvard University*;
- 3) *University of Cambridge*;
- 4) *Stanford University*;
- 5) *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*;
- 6) Universidade de São Paulo (USP);
- 7) Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS);
- 8) Universidade Federal do Ceará (UFC);
- 9) Universidade de Brasília (UNB);
- 10) Universidade Federal de Goiás (UFG);
- 11) Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS);
- 12) Universidade Federal do Pará (UFPA);
- 13) Universidade de Campinas (UNICAMP);
- 14) Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP);
- 15) Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);
- 16) Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG);
- 17) Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ);
- 18) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ);

- 19) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP);
- 20) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe (IFS);
- 21) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN);
- 22) Universidade Tecnológica Federal do Paraná (IFPR);
- 23) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano (IF Goiano);
- 24) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (IFG);
- 25) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB);
- 26) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA).

4.2.1.1 Amostra preliminar: Países das IES

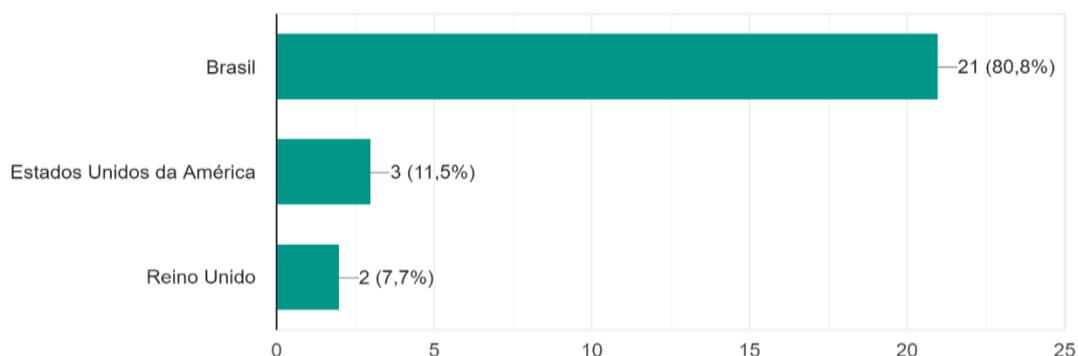
Em relação ao país das IES da amostra preliminar (Gráfico 2):

- 21 (80,8%) das 26 IES estão no Brasil;
- 02 (11,5%) das 26 IES estão nos Estados Unidos da América (USA);
- 01 (7,7%) das 26 IES está no Reino Unido (UK).

Gráfico 2 – Amostra preliminar: País das IES

Qual o País da Instituição?

26 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.2.1.2 Amostra preliminar: Estados/Região das IES

Quanto ao estado ou região das IES da amostra preliminar (Gráfico 3):

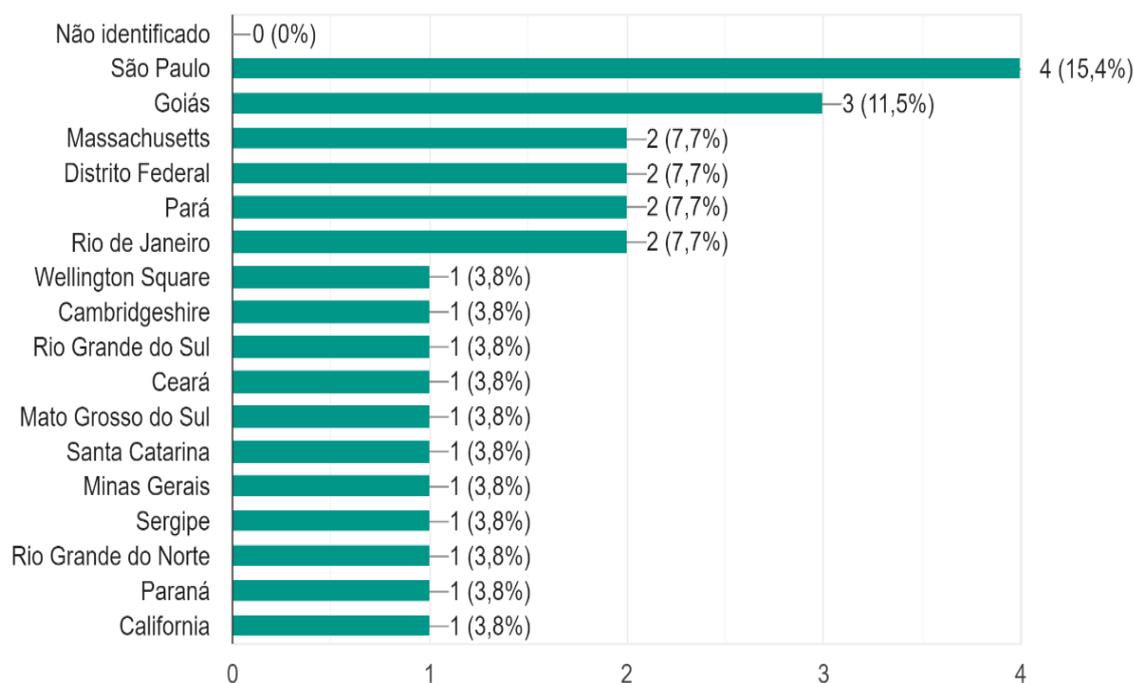
- 04 (15,4%) das 26 IES, está no estado de São Paulo (BR);
- 03 (11,5%) das 26 IES está no estado de Goiás (BR);

- 02 (7,7%) das 26 IES está no estado de *Massachusetts* (USA);
- 02 (7,7%) das 26 IES está em Brasília no Distrito Federal (BR);
- 02 (7,7%) das 26 IES está no estado do Pará (BR);
- 02 (7,7%) das 26 IES está no estado do Rio de Janeiro (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no condado de *Oxfordshire* (UK);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no condado de *Cambridgeshire* (UK);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado da *California* (USA);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado do Rio Grande do Sul (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado do Ceará (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado do Mato Grosso do Sul (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado de Santa Catarina (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado de Minas Gerais (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado de Sergipe (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado do Rio Grande do Norte (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está no estado do Paraná (BR).

Gráfico 3 – Amostra preliminar: Estado ou região das IES

Qual Estado ou Região da instituição?

26 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.2.1.3 Amostra preliminar: Cidade da Reitoria das IES

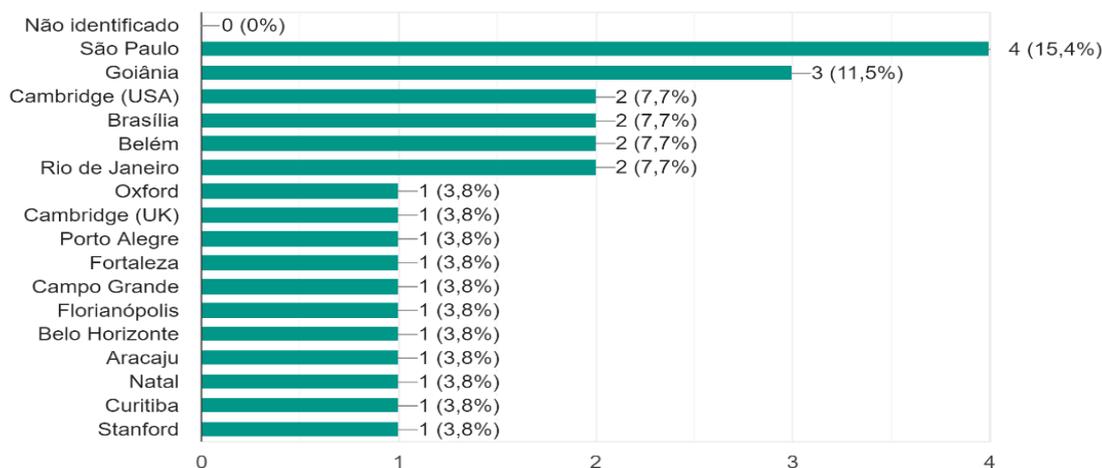
Quanto ao estado ou região das IES da amostra preliminar (Gráfico 4):

- 04 (15,4%) das 26 IES, está na cidade de São Paulo (BR);
- 03 (11,5%) das 26 IES está na cidade de Goiânia (BR);
- 02 (7,7%) das 26 IES está na cidade de *Cambridge* (USA);
- 02 (7,7%) das 26 IES está em Brasília no Distrito Federal (BR);
- 02 (7,7%) das 26 IES está na cidade de Belém (BR);
- 02 (7,7%) das 26 IES está na cidade do Rio de Janeiro (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de *Oxford* (UK);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de *Cambridge* (UK);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade *Stanford* (USA);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de Porto Alegre (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de Fortaleza (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de Campo Grande (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na Cidade de Florianópolis (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de Belo Horizonte (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de Aracaju (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de Natal (BR);
- 01 (3,8%) das 26 IES está na cidade de Curitiba (BR).

Gráfico 4 – Amostra preliminar: Cidade da Reitoria das IES

Qual a cidade sede da Instituição?

26 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.2.1.4 Amostra preliminar: Fomento ao Empreendedorismo nas IES

Ghobril, Baker, Rokop e Carlson (2020, p. 49) afirmam que a Educação Empreendedora requer estratégias integradas que envolvam os estudantes em projetos reais que contribuam no desenvolvimento de uma mentalidade e comportamento empreendedoras. Nesse sentido, segue a identificação de programas e ações de fomento ao Empreendedorismo dentro das IES da amostra preliminar.

4.2.1.5 Centro de Empreendedorismo nas IES

Os Centros de Empreendedorismo (CEmp) segundo Hashimoto (2013, p. 152-158) “tem a missão de promover as iniciativas de natureza empreendedoras de sua comunidade” sendo as CPN uma das suas atividades práticas mais adotadas para o fomento do Empreendedorismo no ambiente acadêmico pelos CEmp.

É importante destacar que a terminologia Centro de Empreendedorismo é um termo com baixa frequência de utilização no cenário Brasileiras, principalmente na Rede Federal, no entanto, no entanto, fora do Brasil o termo Centro de Empreendedorismo (*Entrepreneurship Centre*) tem alta frequência de utilização.

A pesquisa identificou que em 25 (96%) das 26 IES da amostra preliminar, foi identificado um setor ou departamento na IES que faz o papel de um CEmp. No Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA), não foi identificado um setor similar a um CEmp. Segue relação aos CEmp ou setores similares, temos:

- 1) *University of Oxford – Entrepreneurship Centre.*
- 2) *Harvard – ROCK CENTER.*
- 3) *University of Cambridge – Entrepreneurship Centre.*
- 4) *Stanford University – Stanford Engineering Entrepreneurship Center.*
- 5) *MIT – Martin Trust Center for MIT Entrepreneurship.*
- 6) USP – Núcleo de Empreendedorismo da USP;
- 7) UFRGS – Portal INOVAÇÃO UFRGS;
- 8) UFC – Condomínio de Empreendedorismo e Inovação;
- 9) UNB – Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico (CDT)
- 10) UFG – Agência UFG de Inovação
- 11) UFMS – Agência de Internacionalização e de Inovação

- 12) UFPA – Agência de Inovação Tecnológica (Universitec)
- 13) UNICAMP – Agência de Inovação da Unicamp
- 14) UNIFESP – Agência de Inovação Tecnológica e Social;
- 15) UFSC – Departamento de Inovação da UFSC (Sinova-UFSC);
- 16) CEFET-MG – Coordenação de Inovação e Empreendedorismo
- 17) CEFET/RJ – Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT)
- 18) IFRJ – Agência de Inovação do IFRJ
- 19) IFSP – Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia (Inova-IFSP);
- 20) IFS – Diretoria de Inovação e Empreendedorismo – DInovE
- 21) IFRN – Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PROPI-IFRN);
- 22) UTFPR – Divisão de Empreendedorismo e Inovação (DIEMI-UTFPR);
- 23) IF Goiano – Agência IF Goiano de Inovação Tecnológica
- 24) IFG – Centro de Inovação Tecnológica
- 25) IFB – Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação do IFB (PRPI-IFB).

4.2.1.6 Programas de Empreendedorismo nas IES

Segundo Kickul e Fayolle (2007, p. 4) os programas de Empreendedorismo além de contribuir na criação de novos negócios precisam abranger aspectos da gestão e desenvolvimento do negócio em estágios avançados.

A IES da amostra preliminar identificada com a maior frequência de ações ou programas de Empreendedorismo foi a **University of Oxford** que apresentou 32 eventos, destas 11 ações eram CPN.

Entre as IES brasileiras foram identificados três destaques:

- Na **Universidade de São Paulo** (USP) foram identificadas 19 ações ou programas de Empreendedorismo, sendo destes, 06 CPN;
- Na **Universidade Federal do Ceará** (UFC) foram identificadas 18 ações ou programas de Empreendedorismo, sendo destes, 08 CPN.
- No **Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte** (IFRN) foram identificadas 10 ações ou programas de Empreendedorismo, sendo destes, 07 CPN.

Segue os resultados em relação às ações ou programas de Empreendedorismo identificados na pesquisa (Quadro 42).

Quadro 42 – Presença do Empreendedorismo e das CPN nas IES

Nome das Instituições de Ensino Superior (IES)	Quantidade de ações ou programas de Empreendedorismo nas IES	Quantidade de Competições de Planos de Negócios (CPN) identificados nas IES
<i>University of Oxford</i>	32	11
<i>Harvard University</i>	19	5
<i>University of Cambridge</i>	12	5
<i>Stanford University</i>	20	7
<i>Massachusetts Institute of Technology (MIT)</i>	19	8
University of São Paulo (USP)	19	6
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	15	6
Universidade Federal do Ceará (UFC)	18	8
Universidade de Brasília (UFB)	7	3
Universidade Federal de Goiás (UFG)	8	0
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)	3	1
Universidade Federal do Pará (UFPA)	4	1
Universidade de Campinas (UNICAMP)	7	3
Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)	4	1
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	6	3
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG)	8	3
Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ)	5	0
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ)	4	1
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)	6	3
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe (IFS)	5	0
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN)	10	7
Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)	7	2
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano (IF Goiano)	2	0
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (IFG)	4	1
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)	7	3
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)	1	1

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.2.2 Amostra da pesquisa: Instituições de Ensino Superior (IES)

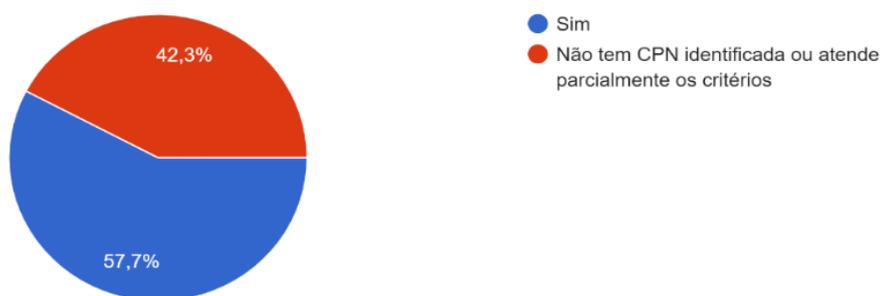
Quanto ao quantitativo da amostra da pesquisa, das 26 IES da amostra preliminar, restaram 15 IES com as respectivas Competições de Planos de Negócios selecionadas na amostra da pesquisa (Gráfico 5):

- 15 (57,7%) da 26 IES da amostra preliminar foram selecionadas para amostra da pesquisa, por atenderem totalmente os critérios de tipicidade e intencionalidade da pesquisa;
- 11 (42,3%) das 26 IES da amostra preliminar não foram selecionadas para amostra da pesquisa, por não atenderem parcial ou totalmente aos critérios de tipicidade e intencionalidade da pesquisa.

Gráfico 5 – Amostra da pesquisa X Amostra preliminar

Continuar a pesquisa?

26 respostas

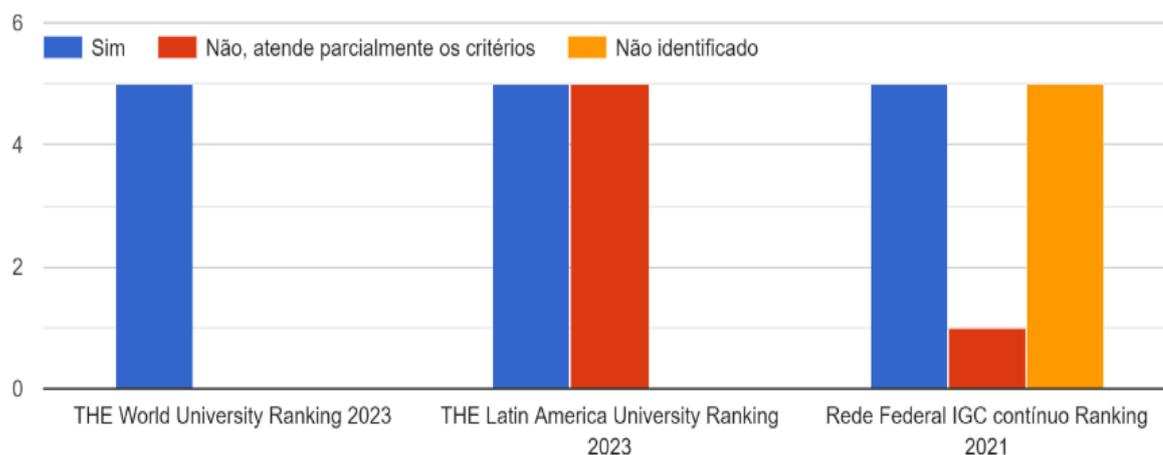


Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa estruturado (2023)

Em relação as 15 Instituições de Ensino Superior (IES), segue a quantidade da amostra da pesquisa por *ranking* (Gráfico 6):

- 05 (100%) das 05 IES da amostra preliminar entre as IES do *THE World University Ranking 2023*;
- 05 (50%) das 10 IES da amostra preliminar entre as IES (BR) do *THE Latin America University Ranking 2023*;
- 05 (45,5%) das 11 IES da amostra preliminar entre as IES da Rede Federal no IGC [contínuo] *Ranking 2021*.

Gráfico 6 – Amostra da pesquisa X *Ranking*
Foi identificado uma CPN com os critérios* listados?



Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa estruturado (2023)

As 15 IES da amostra da pesquisa foram (Quadro 43):

- 1) *University of Oxford*;
- 2) *Harvard University (HARVARD)*;
- 3) *University of Cambridge*;
- 4) *Stanford University*;
- 5) *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*;
- 6) Universidade de São Paulo (USP);
- 7) Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS);
- 8) Universidade Federal do Ceará (UFC);
- 9) Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP);
- 10) Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);
- 11) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP);
- 12) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN);
- 13) Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR);
- 14) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB);
- 15) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA).

Quadro 43 – Amostra da pesquisa

Name
University of Oxford
Harvard University
University of Cambridge
Stanford University
Massachusetts Institute of Technology (MIT)
University of São Paulo (USP)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Universidade Federal do Ceará (UFC)
Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)
Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)
Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

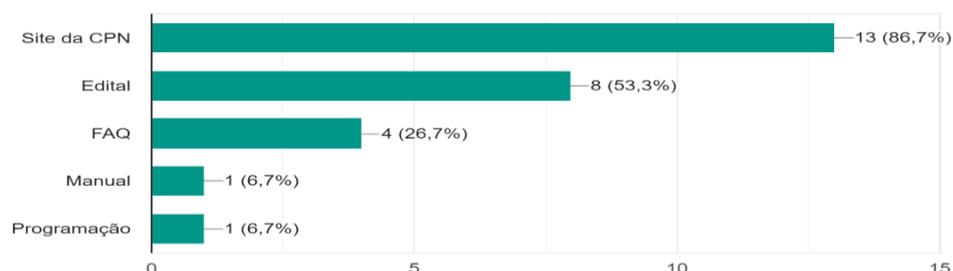
4.2.2.1 Documentos consultados para coleta de dados

Os editais são documentos administrativos que regulamentam os concursos e processos seletivos na administração pública brasileira. No entanto, fora do Brasil, as maiores IES, por serem entes privados, seu uso é pouco usual. Nesse sentido, houve a busca de documentos similares que explicitem as regras das CPN. Seguem os resultados sobre o tema (Gráfico 7):

- 13 (87%) das 15 CPN, foi consultado o site institucional com regras das CPN;
- 08 (53%) das 15 CPN, foi identificado um edital com regras das CPN;
- 04 (27%) das 15 CPN, foi identificado um FAQ (*Frequently Asked Questions*) com regras das CPN;
- 01 (7%) das 15 CPN, foi identificado um manual com regras das CPN;
- 01 (7%) das 15 CPN, foi identificado uma programação com regras das CPN.

Gráfico 7 – Edital ou documentos similares das CPN

A Competição de Plano de Negócios (CPN) tem edital ou algum documento similar?
15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.2.2.2 Competições de Planos de Negócios (CPN)

As 15 Competições de Planos de Negócios (CPN) selecionadas como amostra da pesquisa foram:

- 1) *All-Innovate Ideas Competition (University of Oxford)*;
- 2) *NEW VENTURE COMPETITION – BUSINESS TRACK (Harvard University)*;
- 3) *The Chris Abell Postdoc Business Plan Competition (University of Cambridge)*;
- 4) *BASES \$100K Challenge (Stanford University)*;
- 5) *THE MIT \$100K ENTREPRENEURSHIP COMPETITION (MIT)*;
- 6) SER Empreendedor (USP);
- 7) *HackAgits (UNIFESP)*;
- 8) *Winter School (UFRGS)*;
- 9) *IdeAção (UFSC)*;
- 10) Programa Empreende UFC (UFC);
- 11) I MOSTRA DE IDEIAS INOVADORAS (UTFPR);
- 12) 5º DESAFIO DE INOVAÇÃO DO IFSP (IFSP);
- 13) II Maratona de Ideias (IFPA);
- 14) II Concurso de Ideias (IFRN);
- 15) *IFactory – Ambiente de Práticas Inovadoras (IFB)*.

4.3 Características, processo, estrutural e fases das CPN da pesquisa

Os resultados dos dados a seguir, ainda que apresentem percentuais, devem ser considerados apenas com efeitos didáticos, visto que o número de casos nos cálculos realizados é extremamente pequeno, não cabendo assim qualquer generalização dos resultados apresentados.

A referente coleta da pesquisa ocorreu mediante observação exploratória com a utilização de instrumento de pesquisa estruturado para a coleta dos dados com 150 indicadores desenvolvido a partir da fundamentação teórica. Os aprendizados decorrentes do planejamento e da construção do referido instrumento de pesquisa estruturado para coleta dos dados estão detalhados no item 3.3.

A aplicação do referido instrumento foi realizada pelo próprio pesquisador em processo investigativo exploratório junto aos documentos, dados e informações disponíveis na rede mundial de computadores.

4.3.1 Características gerais das CPN

As CPN podem ser caracterizadas por seu alcance dentro da IES, por estilo, pela modalidade de execução e as quantidades de etapas e fases de funcionamento.

4.3.1.1 Alcance interno na IES das CPN

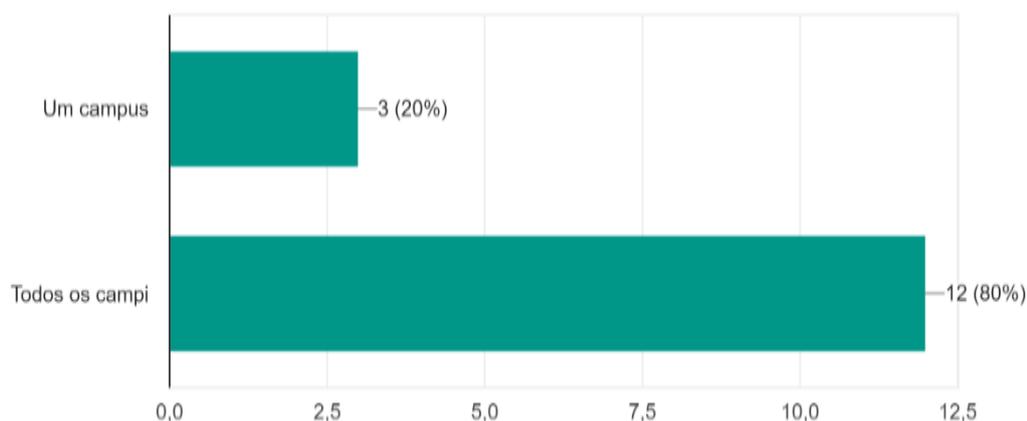
Quanto ao alcance (interno) das CPN (Gráfico 8):

- 12 (80%) das 15 CPN, foram identificadas CPN em todos os *campi* da IES;
- 03 (20%) das 15 CPN, foram identificadas CPN em apenas um *campus* da IES.

Gráfico 8 – Alcance de atuação das CPN

Qual o alcance da CPN em relação a quantidade de Campi?

15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.1.2 Ano de execução das CPN

Considerando que a COVID-19 gerou impactos nas práticas e funcionamento das CPN, foi adotado na pesquisa, CPN realizadas após o ano de 2020. Nesse sentido, quanto ao ano de execução das CPN (Gráfico 9):

- 06 (40%) das 15 CPN, foram executadas no ano de 2023;
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foram executadas no ano de 2022;

- 04 (26,7%) das 15 CPN, foram executadas no ano de 2021.

Gráfico 9 – Ano de execução das CPN

Qual o ano da última edição (aplicada) da CPN?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.1.3 Estilo de evento das CPN

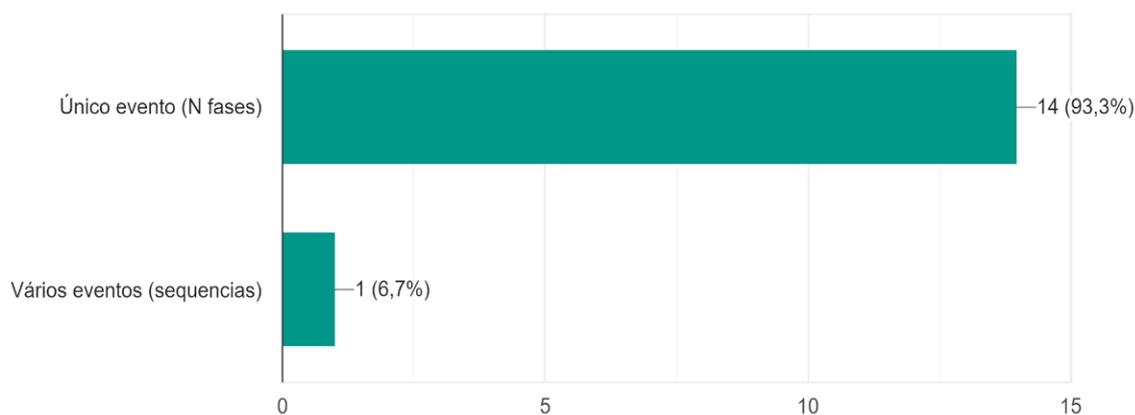
Quanto ao estilo de eventos das CPN (Gráfico 10):

- 14 (93,3%) das 15 CPN, foi identificada a execução em um único evento;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificada a execução em múltiplos eventos.

Gráfico 10 – CPN: evento único ou múltiplos eventos

A CPN ocorre em um único evento ou em vários eventos?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.1.4 Modalidade de execução das CPN

Quanto à modalidade de execução nas CPN (Gráfico 11):

- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificada a execução apenas remota (virtual);
- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificada a execução híbrida (remota + presencial);
- 02 (13,3%) das 15 CPN, foi identificada a execução apenas presencial;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, não foi identificada a modalidade de execução.

Gráfico 11 – Modalidade de execução das CPN

A CPN ocorre na modalidade Remota, Presencial ou Mista?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.1.5 Etapas de execução das CPN

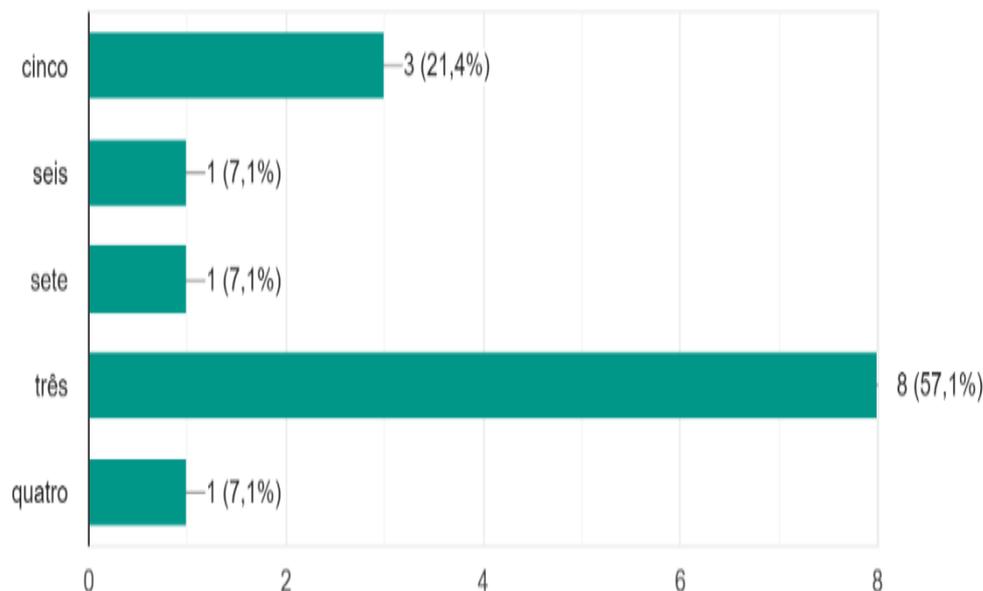
Quanto a quantidade de etapas das CPN (Gráfico 12):

- 09 (60%) das 15 CPN, foram executadas em três etapas;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi executada em quatro etapas;
- 03 (20%) das 15 CPN, foram executadas em cinco etapas;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi executada em seis etapas;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi executada em sete etapas.

Gráfico 12 – Quantidade de etapas de execução das CPN

Qual o nº de etapas da CPN?

14 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2 Processo Empreendedor das CPN

Na busca das práticas mais frequentes na Formação Empreendedora foi investigado nas 15 CPN, indícios da aplicação prática dos conhecimentos e processos (microprocessos) dos modelos identificados na fundamentação teórica: Timmons; Baron e Shane; *Lean Startup*; *Design Thinking*; e *Testing Business Ideas*. Nesse sentido, segue os resultados obtidos:

4.3.2.1 Microprocessos: Timmons

Quanto aos microprocessos empreendedores de Timmons, foi possível identificar congruências apenas durante as fases 1.^a Formação e 2.^a Formação.

4.3.2.1.1 Microprocessos: Timmons na fase 1.^a Formação

Considerando as congruências na fase 1.^a Formação (Gráfico 13):

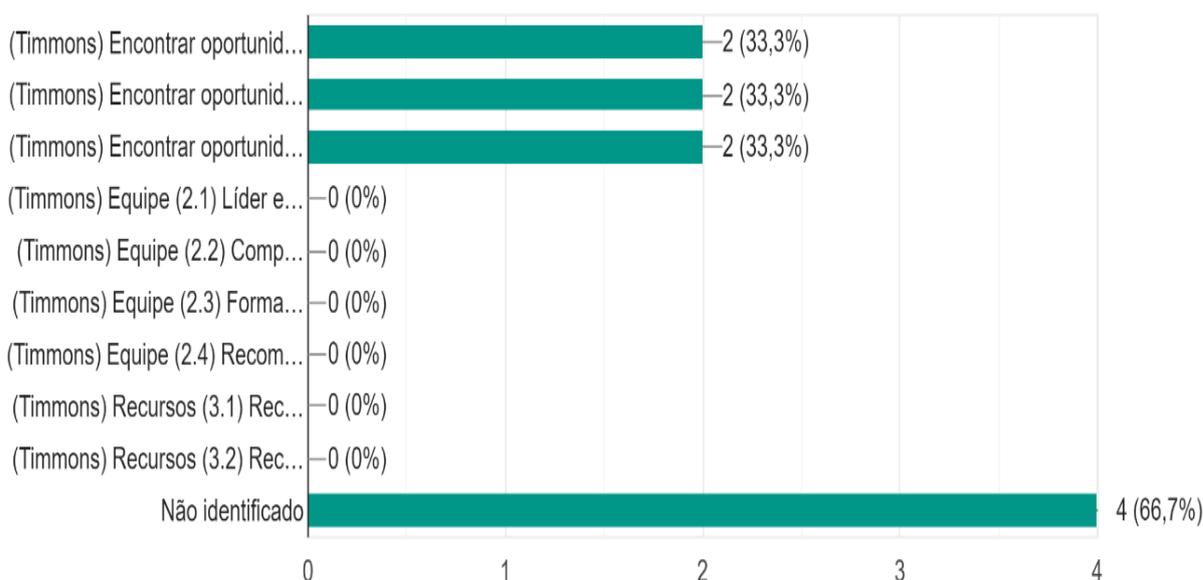
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.1) Reunindo informações;

- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2) Moldando sua oportunidade;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.3) Filtrando oportunidades;
- 04 (66,7%) das 06 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 04 (44,4%) dos 09 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 13 – Microprocessos: Timmons 1.^a Formação

1^a FORMAÇÃO: Quais os micro processos (Timmons) foram identificados?

6 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.1.2 Microprocessos: Timmons na fase 2.^a Formação

Considerando as congruências na fase 2.^a Formação (Gráfico 14):

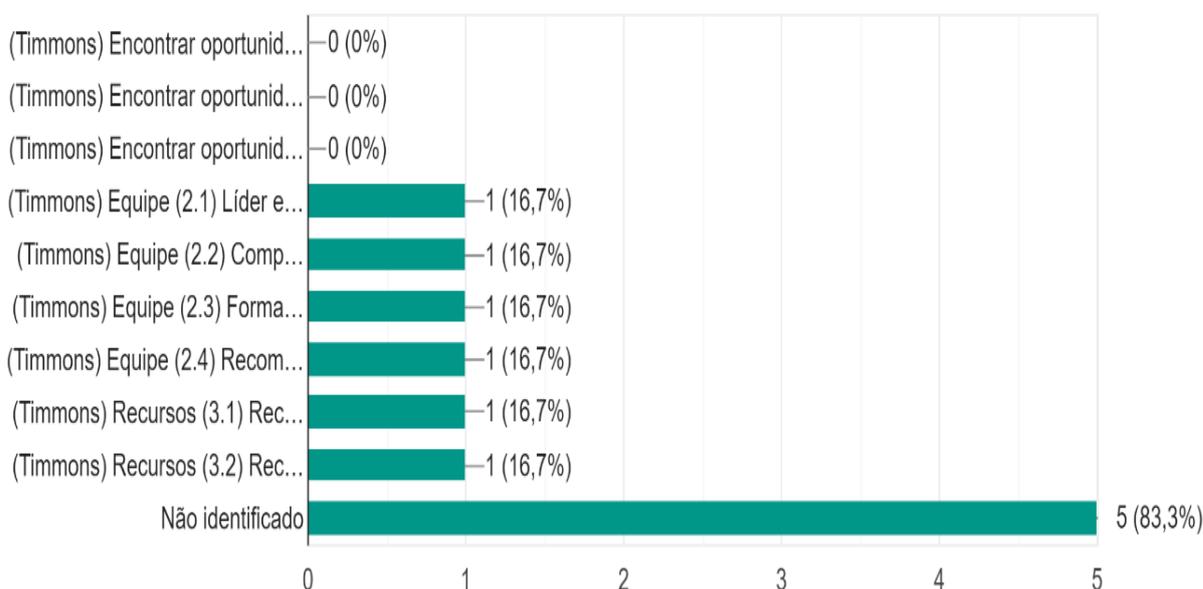
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (2.1) Líder empreendedor;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (2.2) Competências e habilidades;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (2.3) Formando e construindo equipes;

- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (2.4) Recompensas e incentivos;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.1) Recursos humanos (internos e externos);
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2) Recursos financeiros;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.3) Plano de negócios;
- 05 (83,3%) das 06 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 06 (66,7%) dos 09 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 14 – Microprocessos: Timmons na fase 2.^a Formação

2.^a FORMAÇÃO: Quais os micro processos (Timmons) foram identificados?

6 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.2 Microprocessos: Baron e Shane

Quanto aos microprocessos empreendedores Baron e Shane, foi possível identificar congruências apenas nas fases 1.^a Formação e 2.^a Formação. Considerando as congruências, temos:

4.3.2.2.1 Microprocessos: Baron e Shane na fase 1.^a Formação

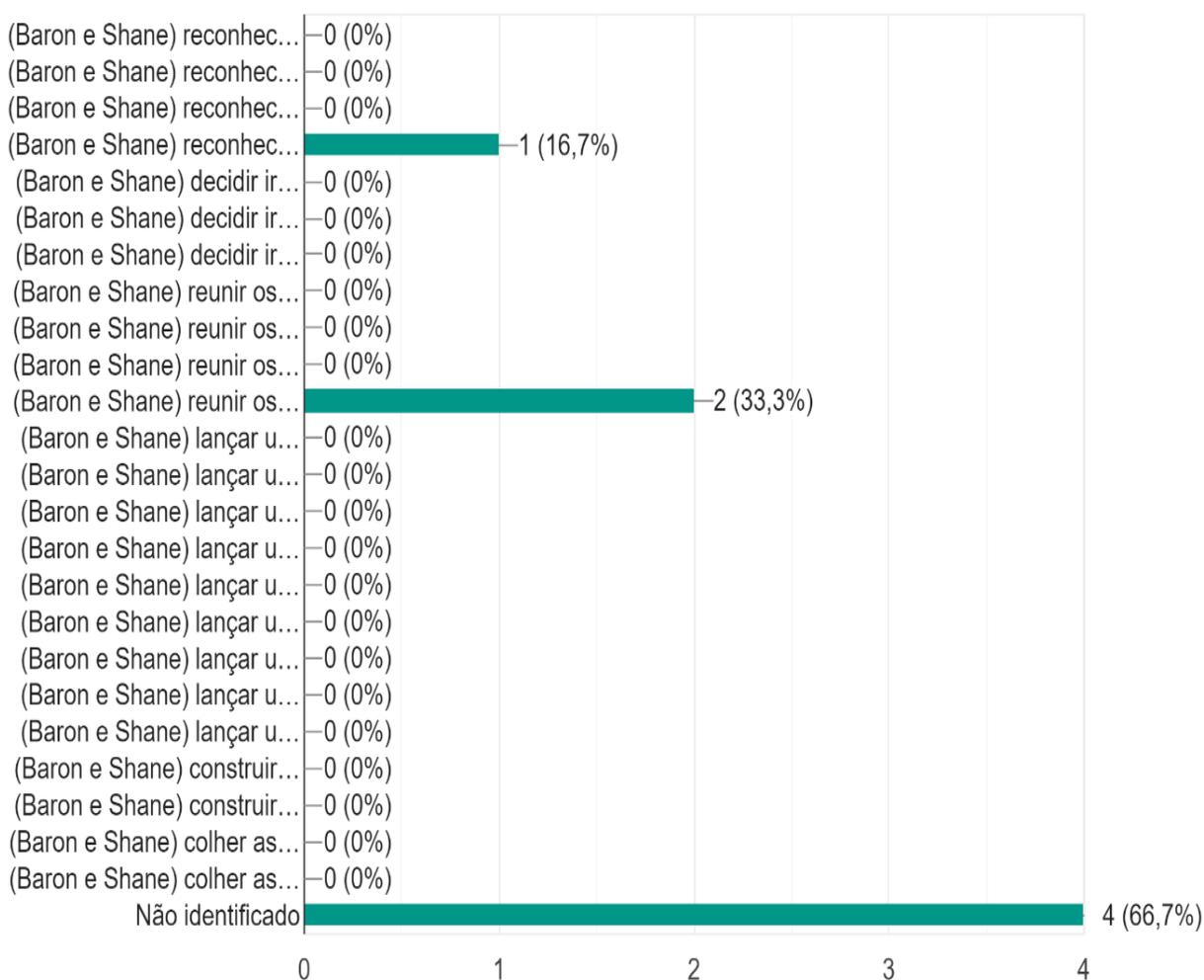
Considerando as congruências na fase 1.^a Formação (Gráfico 15):

- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (1.4) Protótipos de oportunidade;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (3.4) Apresentação do plano de negócios;
- 04 (66,6%) das 06 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 02 (8,3%) dos 24 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 15 – Microprocessos: Baron e Shane na fase 1.^a Formação

1^a FORMAÇÃO: Quais os micro processos (Baron e Shane) foram identificados?

6 respostas



4.3.2.2.2 Microprocessos: Baron e Shane na fase 2.^a Formação

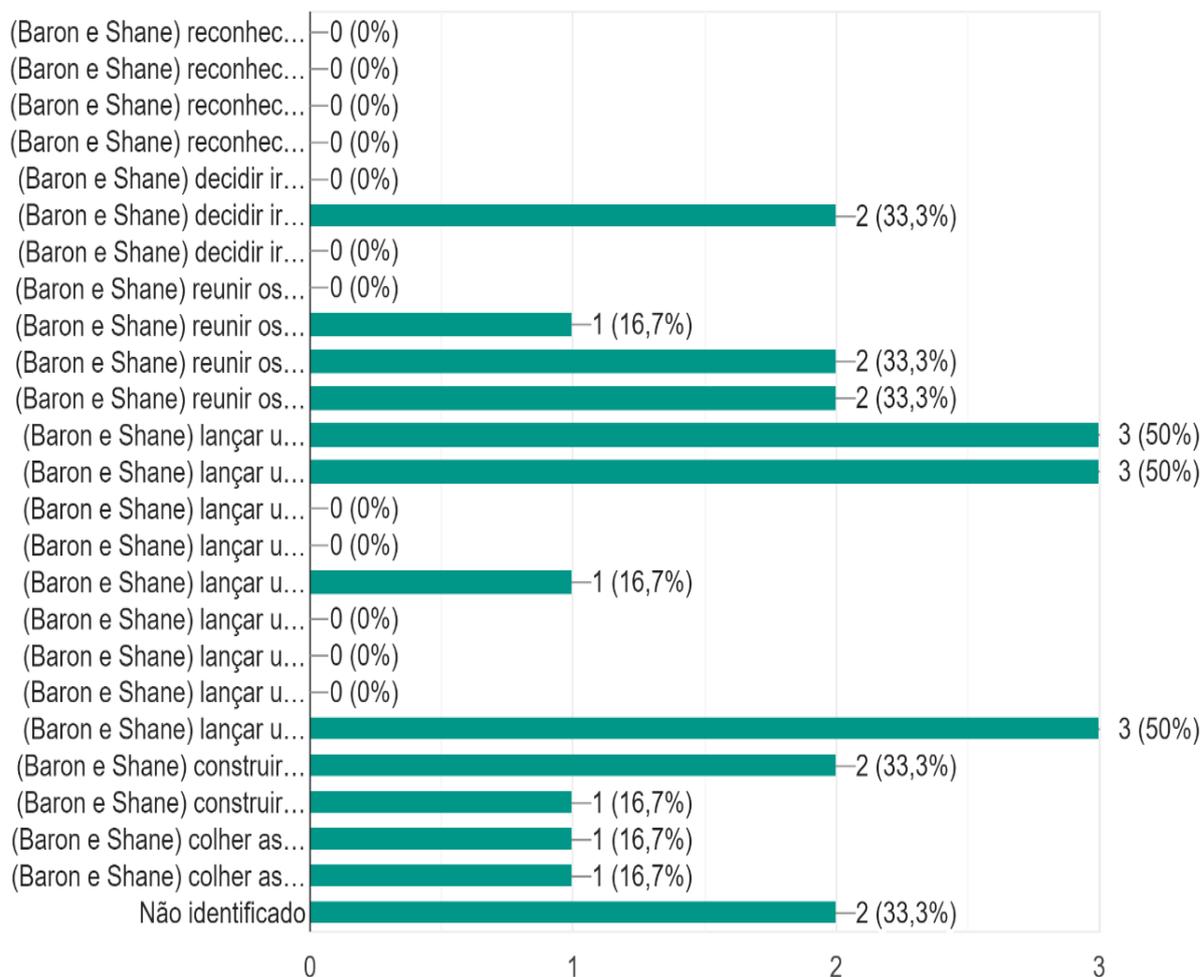
Considerando as congruências na fase 2.^a Formação (Gráfico 16):

- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2) Valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital);
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (3.3) Plano de negócios;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (3.4) Apresentação do plano de negócios;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (4.1) Formato jurídico;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (4.2) Contrato empresarial;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (4.5) Aprendendo a vender;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (4.9) Propriedade Intelectual;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (5.1) Construindo competências sociais;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (6.1) Valor da empresa (*Valuation*);
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (6.2) Estratégias de saída;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 12 (50%) dos 24 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 16 – Microprocessos: Baron e Shane na fase 2.^a Formação

2.^a FORMAÇÃO: Quais os micro processos (Baron e Shane) foram identificados?

6 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.3 Microprocessos: *Lean Startup*

Quanto aos microprocessos empreendedores de *Lean Startup*, foi possível identificar congruências apenas durante a fase 2.^a Formação.

4.3.2.3.1 Microprocessos: *Lean Startup* na fase 2.^a Formação

Considerando as congruências na fase 2.^a Formação, temos (Gráfico 17):

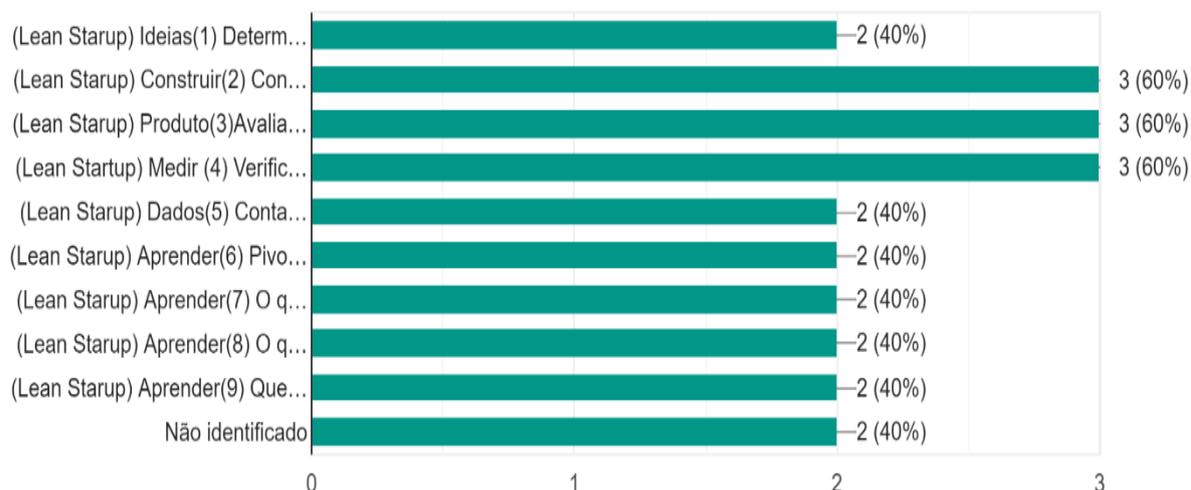
- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1) Determine hipóteses (valor e crescimento);

- 03 (60%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2) Construir um MVP;
- 03 (60%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (3) Avaliar o produto;
- 03 (60%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (4) Verificar o progresso real;
- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (5) Contabilidade para inovação (abordagem quantitativa);
- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (6) Pivotar a ideia original ou preservar?
- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (7) O que precisamos aprender?
- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (8) O que precisamos medir?
- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (9) Que produto precisamos desenvolver?
- 02 (40%) das 05 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 09 (100%) dos 09 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 17 – Microprocessos: *Lean Startup* na fase 2.^a Formação

2^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Lean Startup) foram identificados?

5 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.4 Microprocessos: *Design Thinking*

Quanto aos microprocessos empreendedores do *Design Thinking*, foi possível identificar congruências apenas durante as fases 1.^a Formação, 2.^a Formação e 3.^a Formação.

4.3.2.4.1 Microprocessos: *Design Thinking* na fase 1.^a Formação

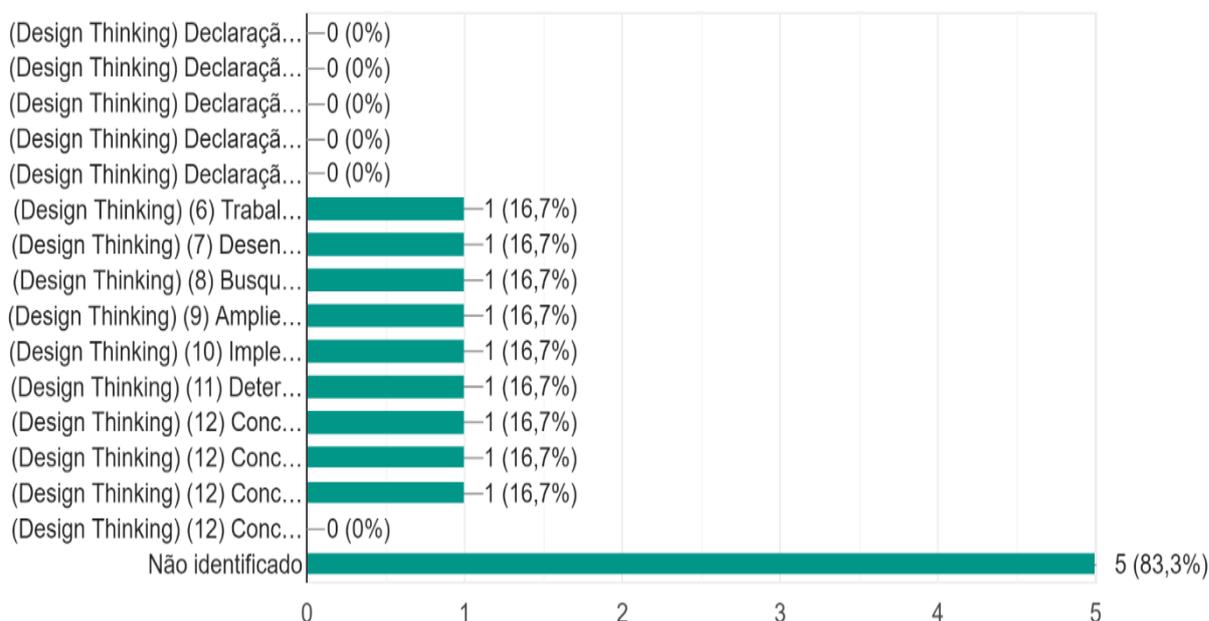
Considerando as congruências na fase 1.^a Formação temos (Gráfico 18):

- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (6) Trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (12.1) Protótipo funcional;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (12.2) Protótipo finalizado;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (12.3) Protótipo final
- 05 (83,3%) das 06 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 09 (60%) das 15 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 18 – Microprocessos: *Design Thinking* na fase 1.^a Formação

1^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

6 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.4.2 Microprocessos: *Design Thinking* na fase 2.^a Formação

Considerando as congruências na fase 2.^a Formação temos (Gráfico 19):

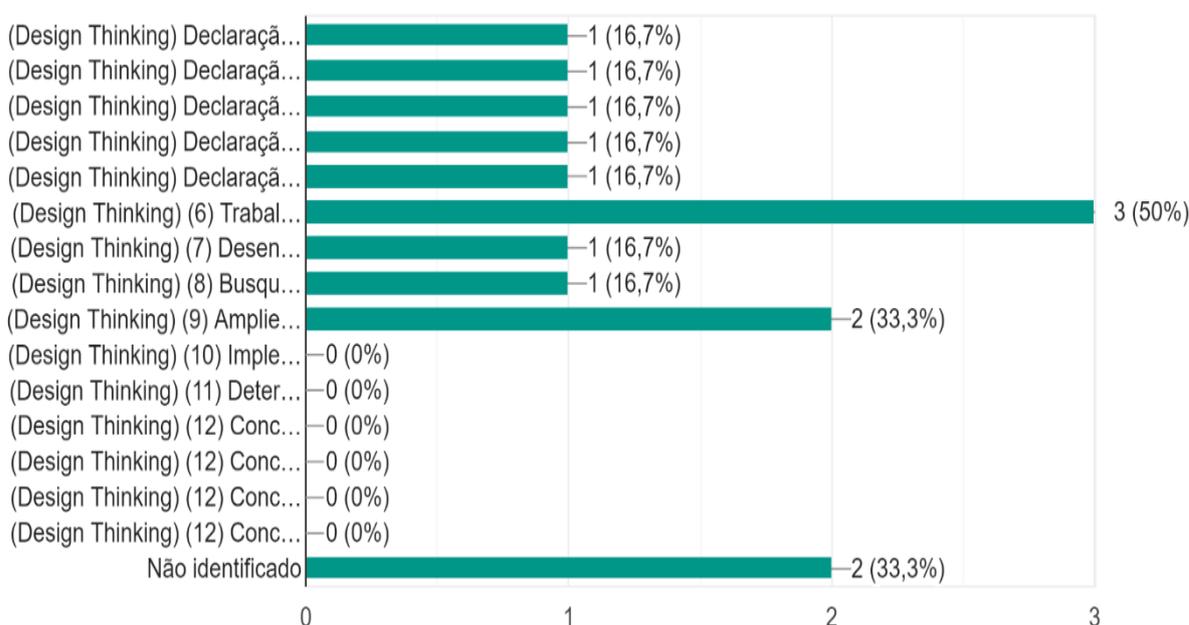
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (1) Encontre um desafio;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (2) *Briefing*;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3) Para quem?
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (4) O quê? Por quê? Como?
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (5) Formule a pergunta;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (6) Trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário;

- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 09 (60%) dos 15 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 19 – Microprocessos: *Design Thinking* na fase 2.^a Formação

2^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

6 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.4.3 Microprocessos: *Design Thinking* na fase 3.^a Formação

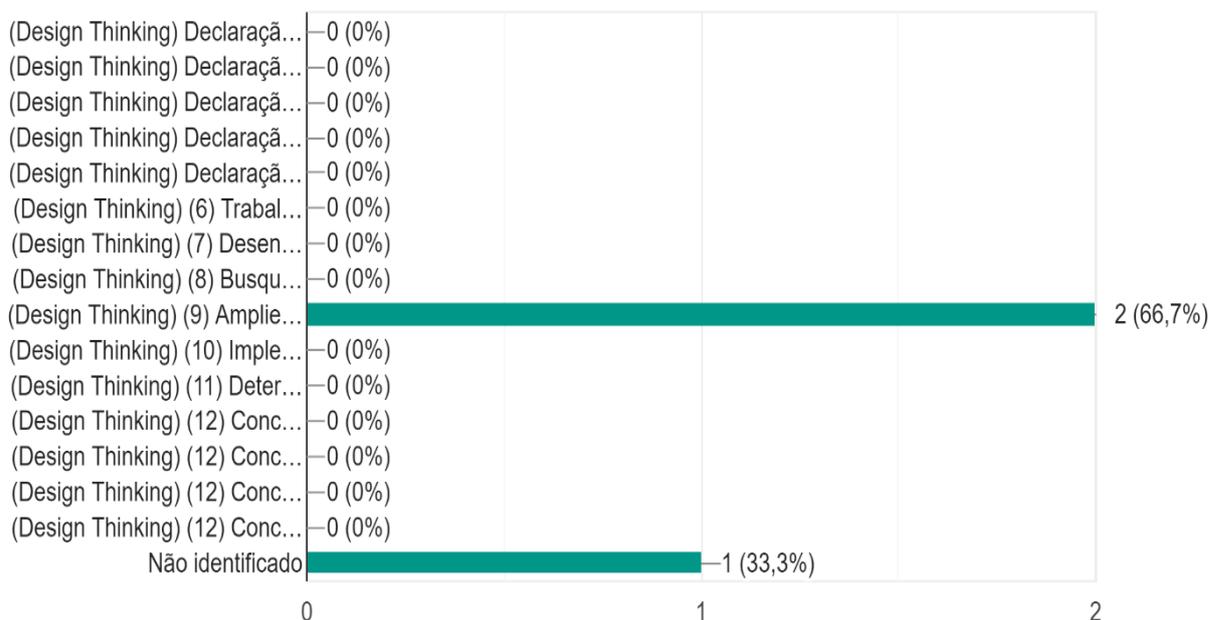
Considerando as congruências na fase 3.^a Formação temos (Gráfico 20):

- 02 (66,7%) das 03 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias;
- 01 (33,3%) das 03 CPN, não foi identificada congruência com os microprocessos;
- 01 (6,6%) dos 15 microprocessos, foi identificada congruência nas CPN.

Gráfico 20 – Microprocessos: *Design Thinking* na fase 3.^a Formação

3^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

3 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.5 Microprocessos: *Testing Business Ideas*

Quanto ao Processo Empreendedor de *Testing Business Ideas*, foi possível identificar congruências nas fases Pré-Formação, 1.^a Formação, 2.^a Formação e 3.^a Formação.

4.3.2.5.1 Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase Pré-Formação

Considerando as congruências na fase Pré-Formação, temos (Gráfico 21):

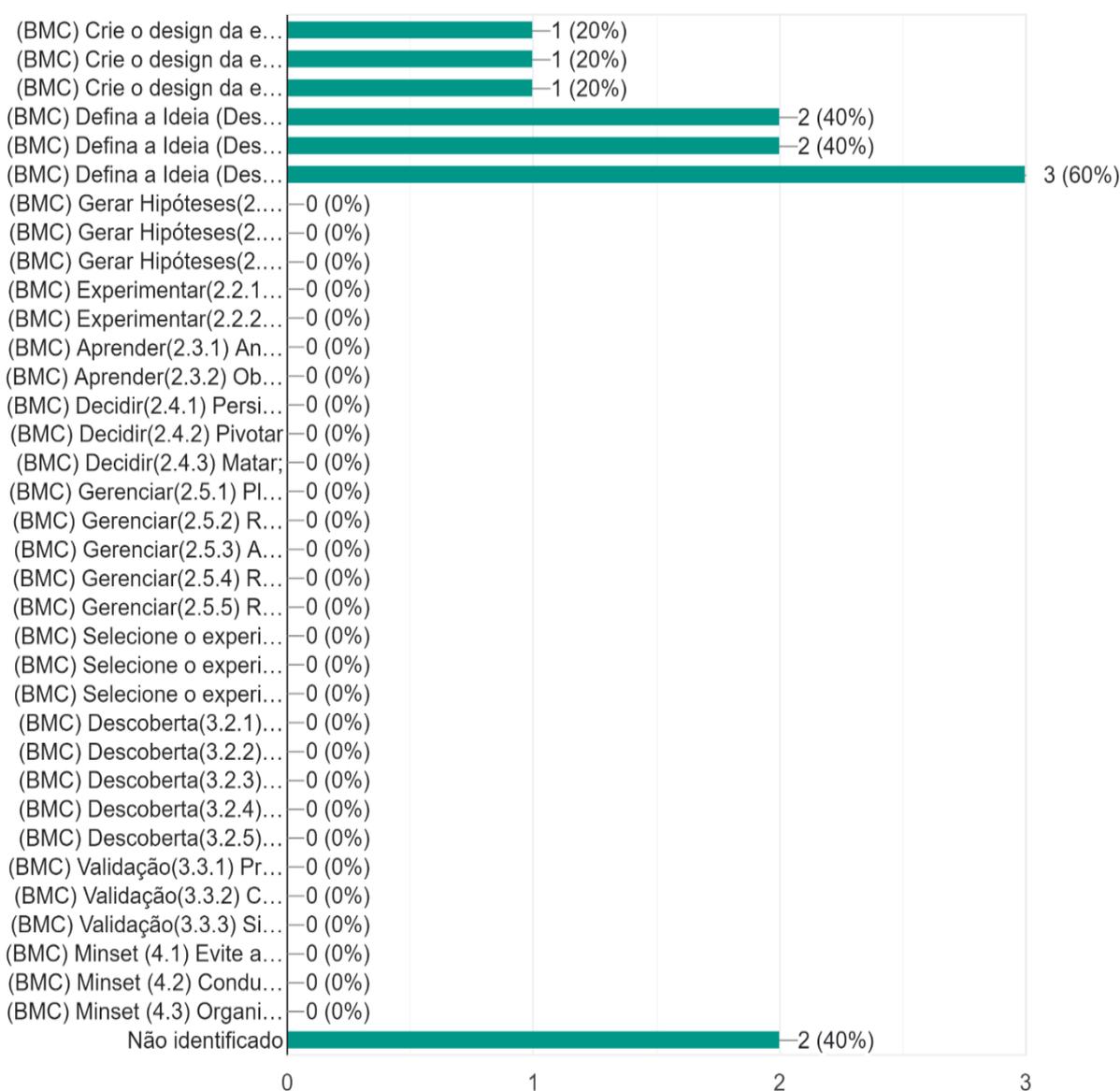
- 01 (20%) das 05 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (1.1.1) *Design* da equipe;
- 01 (20%) das 05 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (1.1.2) Comportamento da equipe;
- 01 (20%) das 05 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (1.1.3) Ambiente de equipe;
- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.1) Idear;

- 02 (40%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.2) Protótipo de negócios;
- 03 (60%) das 05 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.3) Avaliar;
- 02 (40%) das 05 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 06 (17,4%) dos 35 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 21 – Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase Pré-Formação

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Testing Business Ideas) foram identificados?

5 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.5.2 Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase 1.^a Formação

Considerando as congruências na fase 1.^a Formação, temos (Gráfico 22):

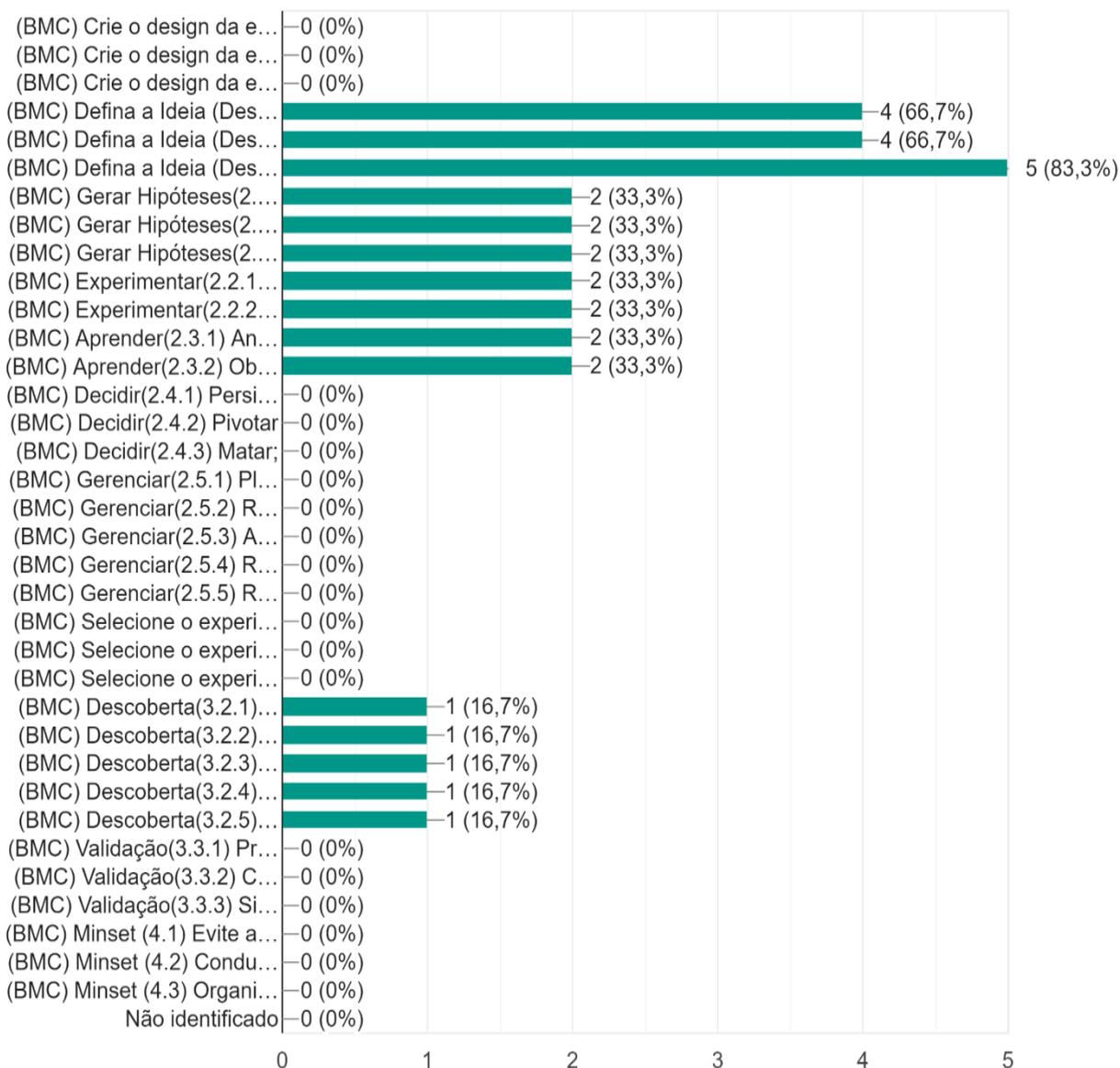
- 04 (66,7%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.1) Idear;
- 04 (66,7%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.2) Protótipo de negócios;
- 05 (83,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.3) Avaliar;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.1.1) de desejo ou conveniente;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.1.2) de praticabilidade;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.1.3) de viabilidade;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.2.1) Crie o experimento;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.2.2) Execute o experimento (cartão de teste);
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.3.1) Analise as evidências;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.3.2) Obtenha insights (cartão de aprendizagem);
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.1) Exploração;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.2) Análise de dados;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.3) Descoberta de interesse;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.4) Protótipo de discussão;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização;

- 15 (42,8%) dos 35 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 22 – Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase 1.^a Formação

1^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Testing Business Ideas) foram identificados?

6 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.2.5.3 Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase 2.^a Formação

Considerando as congruências na fase 2.^a Formação, temos (Gráfico 23):

- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.1.1) *Design* da equipe;

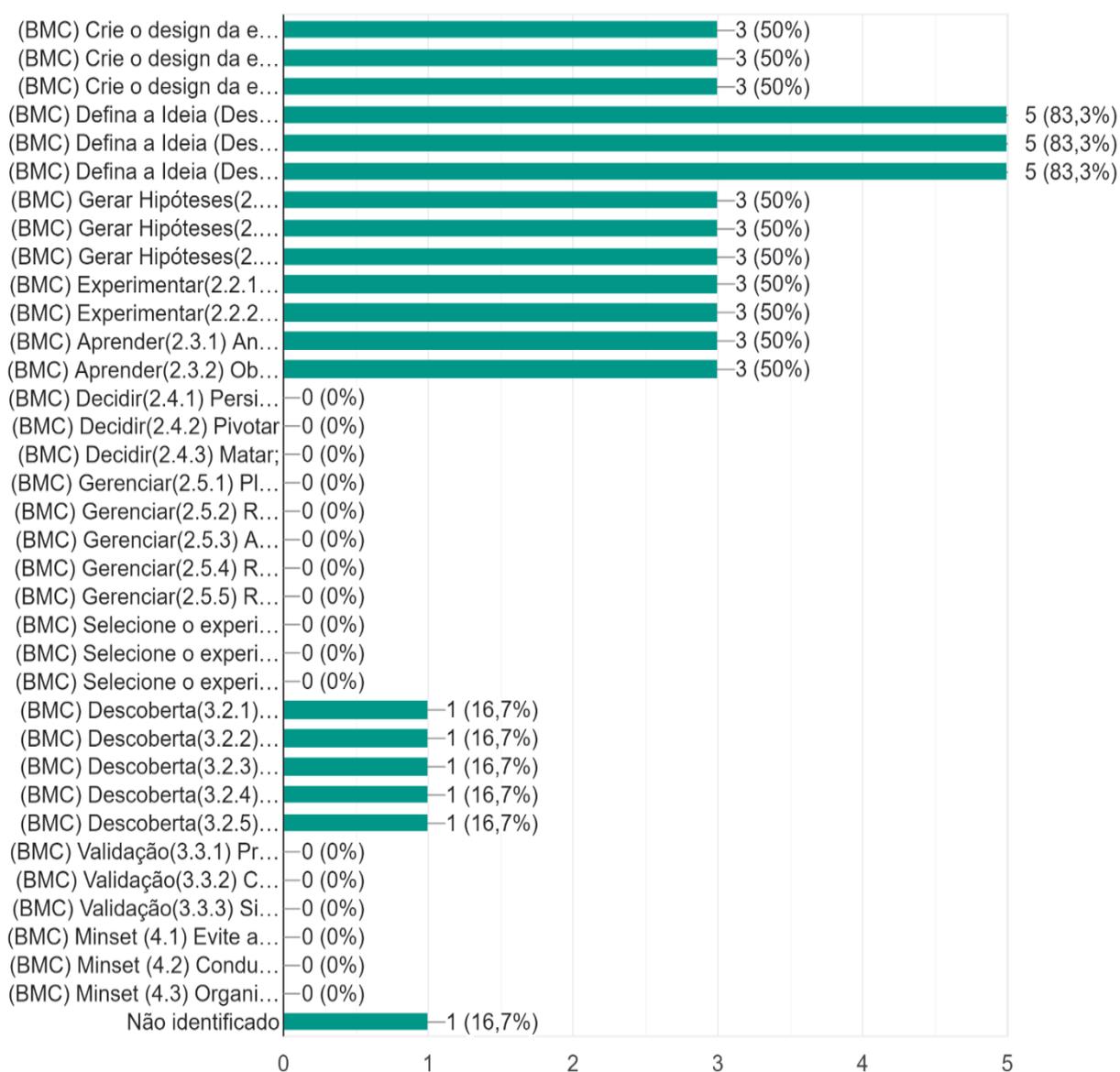
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.1.2) Comportamento da equipe;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.1.3) Ambiente de equipe;
- 05 (83,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.1) Idear;
- 05 (83,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.2) Protótipo de negócios;
- 05 (83,3%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (1.2.3) Avaliar;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.1.1) de desejo ou conveniente;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.1.2) de praticabilidade;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.1.3) de viabilidade;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.2.1) Crie o experimento;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de teste);
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.3.1) Analise as evidências;
- 03 (50%) das 06 CPN, foram identificadas congruências com o microprocesso: (2.3.2) Obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem);
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.1) Exploração;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.2) Análise de dados;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.3) Descoberta de interesse;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.4) Protótipo de discussão;

- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, não foi identificada congruência com os microprocessos;
- 18 (51,4%) dos 35 microprocessos, foram identificadas congruências nas CPN.

Gráfico 23 – Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase 2.^a Formação

2ª FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Testing Business Ideas) foram identificados?

6 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

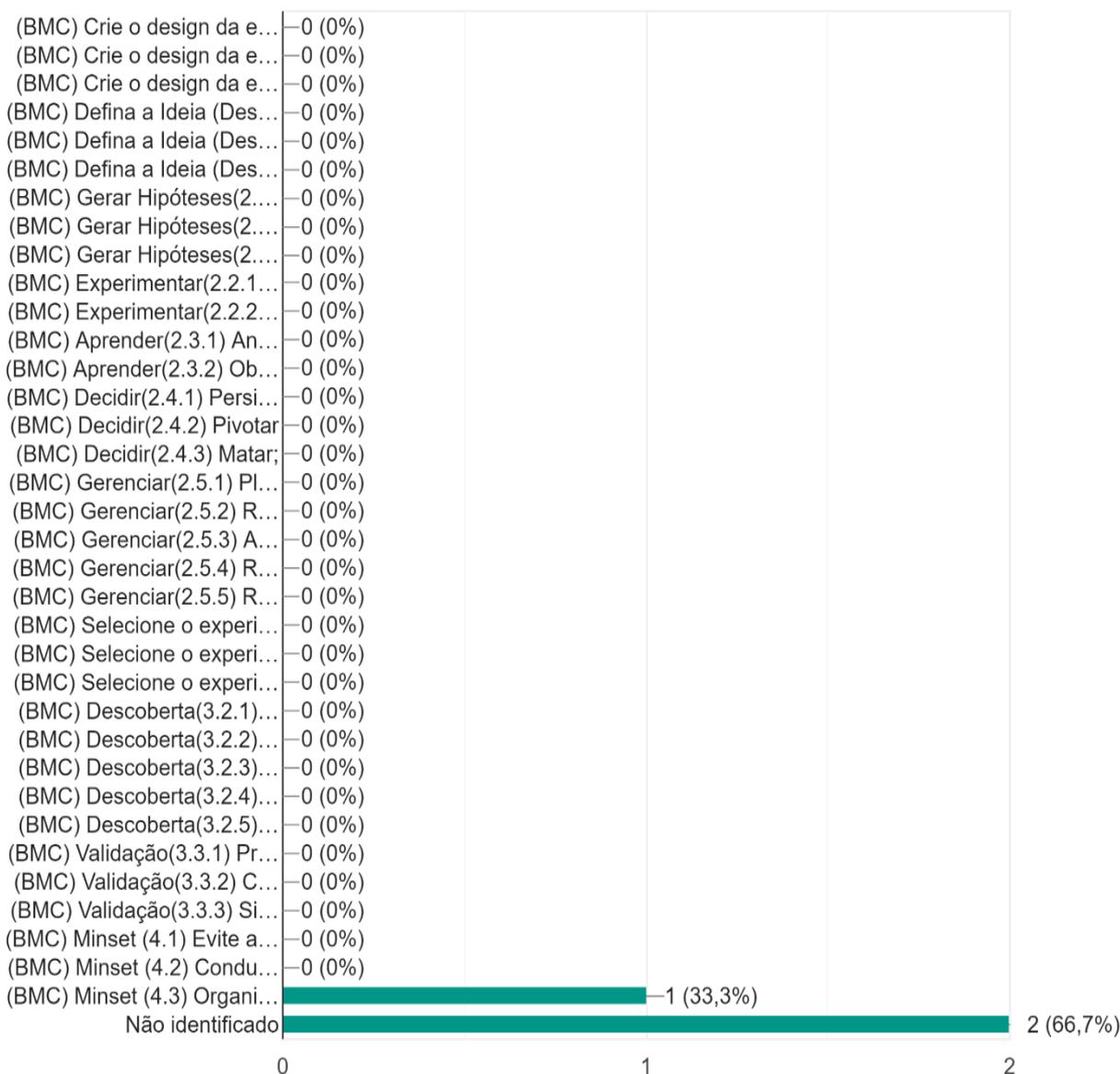
4.3.2.5.4 Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase 3.^a Formação

Considerando as congruências na 3.^a Formação, temos (Gráfico 24):

- 01 (33,3%) das 03 CPN, foi identificada congruência com o microprocesso: (4.3) Organize para os experimentos;
- 02 (66,7%) das 03 CPN, não foram identificadas congruências com os microprocessos;
- 01 (2,84%) dos 35 microprocessos, foi identificada congruência nas CPN.

Gráfico 24 – Microprocessos: *Testing Business Ideas* na fase 3.^a Formação
3^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Testing Business Ideas) foram identificados?

3 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.3 Características das inscrições das CPN

Quanto às inscrições, foram identificadas nas CPN a ocorrência de duas fases de inscrições que ocorrem antes da fase 1.^a Seleção:

- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificada a fase Pré-Inscrição (optativa);
- 15 (100%) das 15 CPN, foi identificada a fase Inscrição.

4.3.3.1 Forma de inscrições das CPN

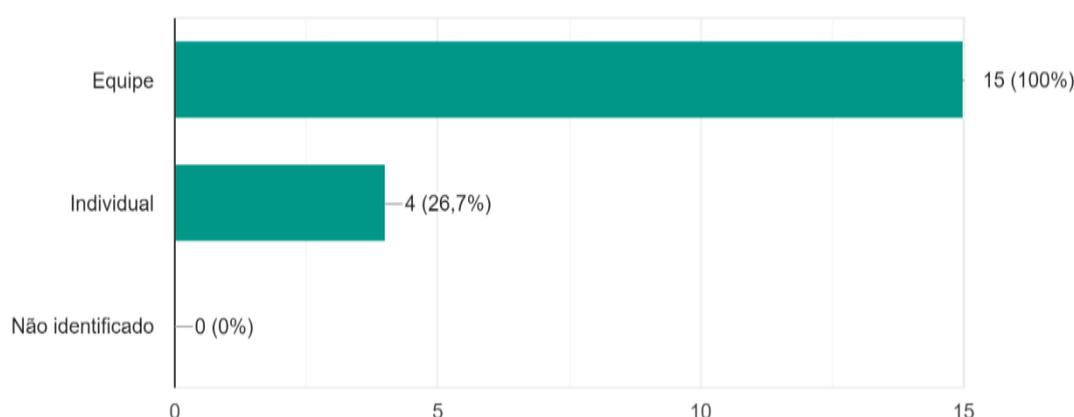
Os resultados apresentados a seguir refletem a estrutura e critérios adotados na fase Inscrição (por contemplar a estrutura e critérios da fase Pré-Inscrição). As inscrições ocorrem de duas formas (Gráfico 25):

- 15 (100%) das 15 CPN, foi identificada a oferta de inscrições por equipe;
- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificada a oferta de inscrições individuais e inscrições por equipe.

Gráfico 25 – Inscrições: Equipe X Individual

1^a INSCRIÇÃO: por Equipe ou Individual?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.3.2 Membros das inscrições das CPN

4.3.3.2.1 Quantidade de membros nas inscrições das CPN

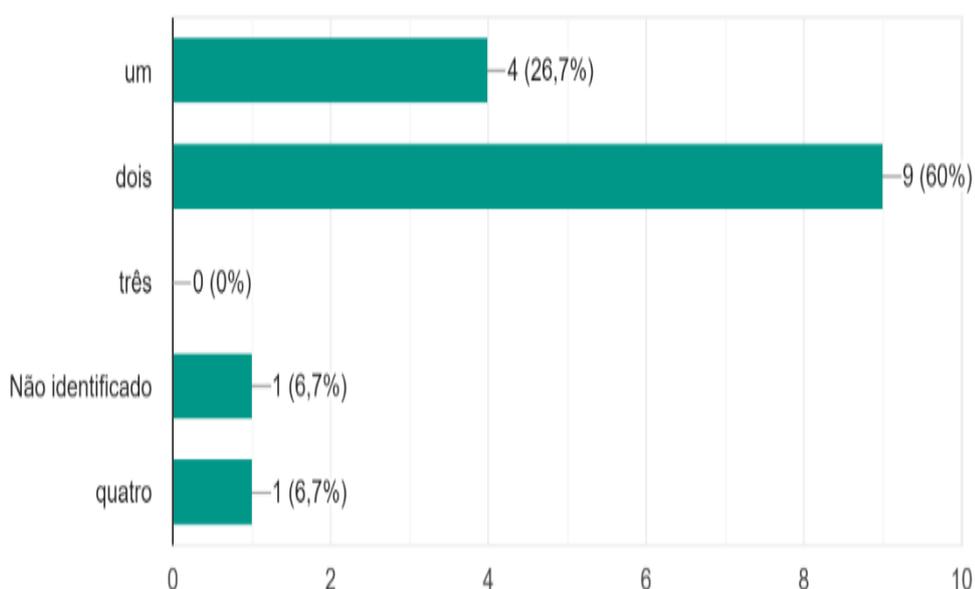
Quanto ao número mínimo de participantes (Gráfico 26):

- 09 (60%) das 15 CPN, foi identificado no mínimo dois membros;
- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificado no mínimo um membro;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado no mínimo quatro membros;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, não foi identificada a quantidade mínima;
- Nenhuma da 15 CPN, foi identificado o mínimo de três membros.

Gráfico 26 – Inscrições: Quantidade mínima de membros

1ª INSCRIÇÃO: Quantidade mínima de membros?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.3.2.2 Perfil dos membros nas inscrições das CPN

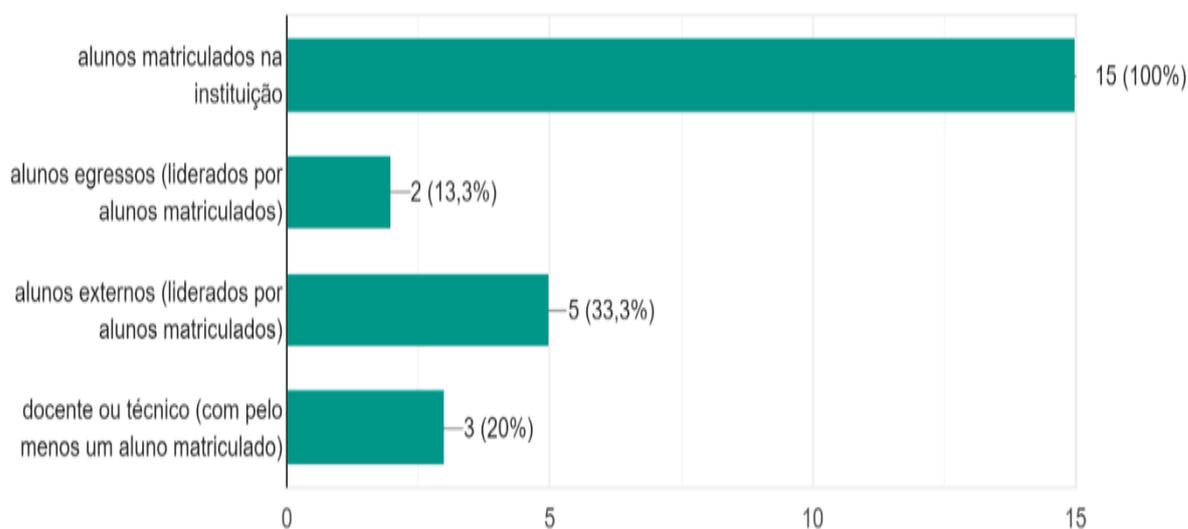
Quanto ao perfil dos participantes nas inscrições nas CPN (Gráfico 27):

- 15 (100%) das 15 CPN, pelo menos um dos membros deve estar matriculado na IES da competição de planos de negócios;
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificado: o aceite de alunos externos à IES;
- 03 (20%) das 15 CPN foi identificado: o aceite de professores/técnicos na IES;
- 02 (13,3%) das 15 CPN, foi identificado: o aceite de alunos egressos na IES.

Gráfico 27 – Perfil dos participantes nas inscrições das CPN

1ª INSCRIÇÃO: quem pode participar?

15 respostas

Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.3.3 Orientadores das propostas das CPN

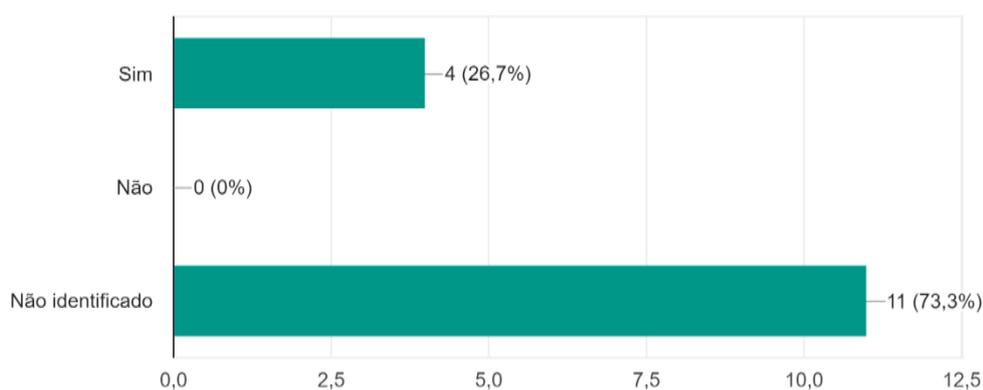
Quanto a obrigação dos participantes de ter um professor orientador da instituição organizadora das CPN (Gráfico 28):

- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificada a obrigação dos participantes terem um orientador/mentor próprio (específico);
- 11 (73,3%) das 15 CPN, não foi identificada a obrigação de ter orientador.

Gráfico 28 – Obrigação dos participantes de ter um orientador nas CPN

1ª INSCRIÇÃO: obrigatório ter um orientador?

15 respostas

Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.3.3.1 Vínculo orientadores das propostas com a instituição das CPN

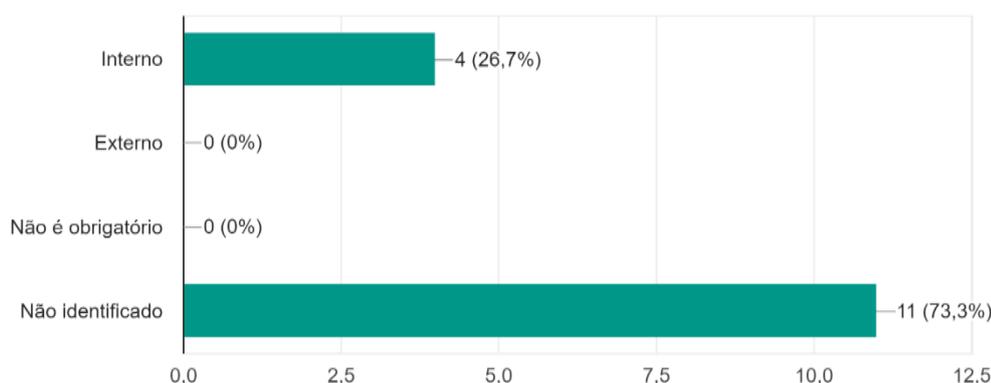
Quanto ao vínculo dos orientadores/mentores das CPN (Gráfico 29):

- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificado o vínculo com a IES das CPN;
- 11 (73,3%) das 15 CPN, não foi identificado o tipo de vínculo do orientador;
- Nenhuma das 15 CPN, foi identificado vínculo exclusivamente externo.

Gráfico 29 – Vínculo do orientador/mentor com a IES das CPN

1ª INSCRIÇÃO: orientador pode ser interno ou externo da instituição?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.3.4 Documentos das inscrições das CPN

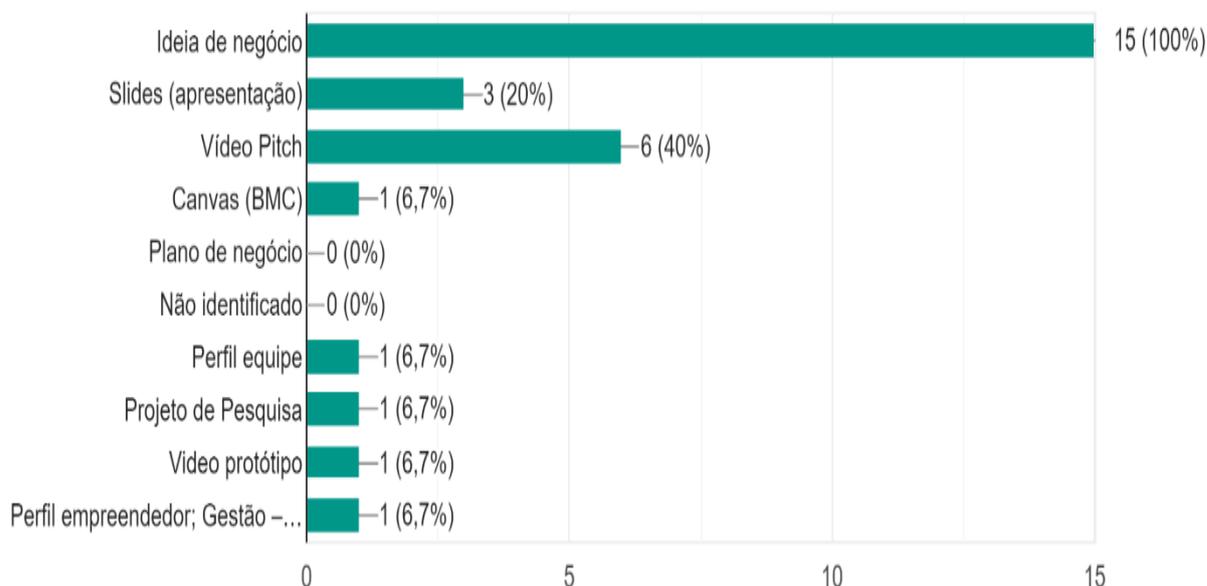
O processo seletivo (estrutura e critérios apresentados a seguir) utiliza os documentos e informações solicitados no ato da inscrição dos candidatos. Nesse sentido, segue os tipos de documentos mais frequentes solicitados nas inscrições (Gráfico 30):

- 15 (100%) das 15 CPN, foi identificado o documento: “ideia de negócio”;
- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Vídeo *Pitch* (apresentação gravada);
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o documento: *Slides* de apresentação;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: *Canvas* (BMC);
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Perfil da equipe;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Vídeo protótipo;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Perfil empreendedor;
- Nenhum das 15 CPN, foi identificado o documento Plano de Negócio.

Gráfico 30 – Tipo de documentos solicitados nas inscrições das CPN

1ª INSCRIÇÃO: Solicitam qual tipo de proposta?

15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4 Características das seleções das CPN

A forma de acesso e participação das CPN foi identificada a ocorrência de quatro fases de seleção:

- 15 (100%) das 15 CPN, foi identificada a fase 1.ª Seleção;
- 10 (66%) das 15 CPN, foi identificada a fase 2.ª Seleção;
- 07 (47%) das 15 CPN, foi identificada a fase 3.ª Seleção;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificada a fase 4.ª Seleção.

4.3.4.1 Acesso das seleções das CPN

4.3.4.1.1 Acesso na fase 1.ª Seleção das CPN

Quanto ao acesso na fase 1.ª Seleção das CPN (Gráfico 31):

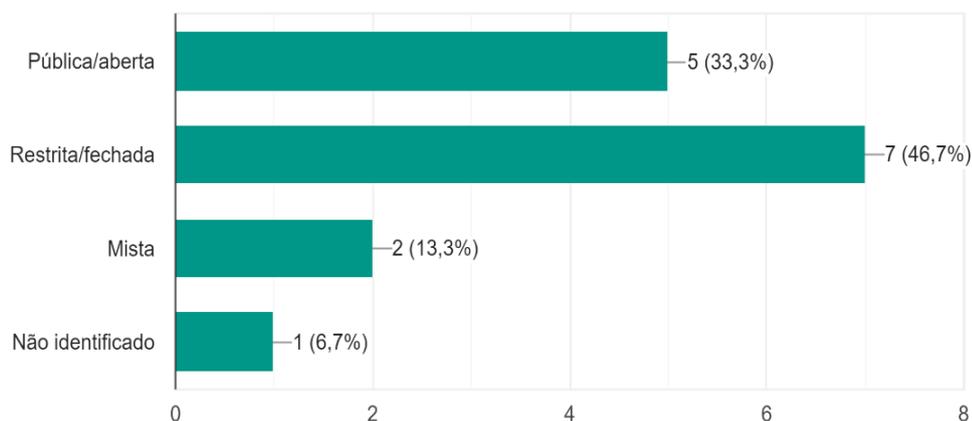
- 07 (46,7%) das 15 CPN, foram identificadas seleções restritas;
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foram identificadas seleções públicas;
- 02 (13,3%) das 15 CPN, foram identificadas seleções mistas (restrita e pública);

- 01 (6,7%) das 15 CPN, não foi identificado o tipo de acesso.

Gráfico 31 – Acesso na fase 1.^a Seleção

1.^a SELEÇÃO: ocorre de forma pública ou restrita?

15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.1.2 Acesso na fase 2.^a Seleção das CPN

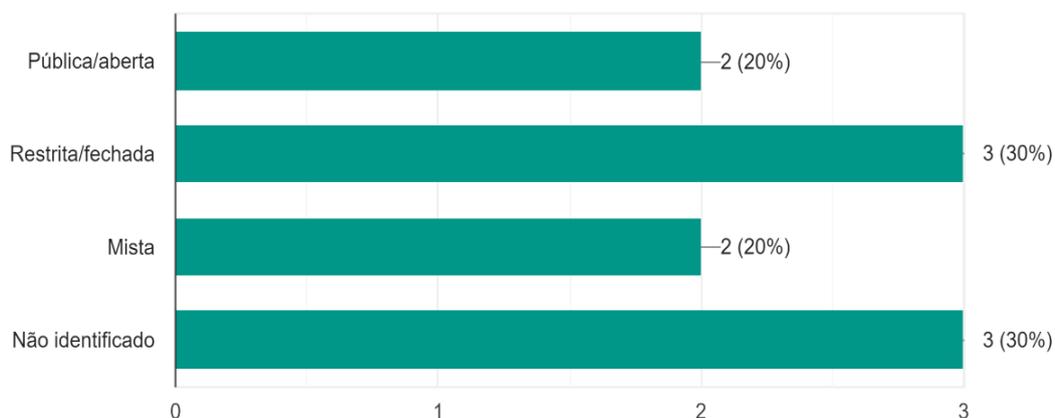
Quanto ao acesso na fase 2.^a Seleção das CPN (Gráfico 32):

- 03 (30%) das 10 CPN, foram identificadas seleções restritas;
- 02 (20%) das 10 CPN, foram identificadas seleções públicas;
- 02 (20%) das 10 CPN, foram identificadas seleções mistas (restrita e pública);
- 03 (30%) das 10 CPN, não foi identificado o tipo de acesso.

Gráfico 32 – Acesso na fase 2.^a Seleção

2.^a SELEÇÃO: ocorre de forma pública ou restrita?

10 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.1.3 Acesso na fase 3.^a Seleção das CPN

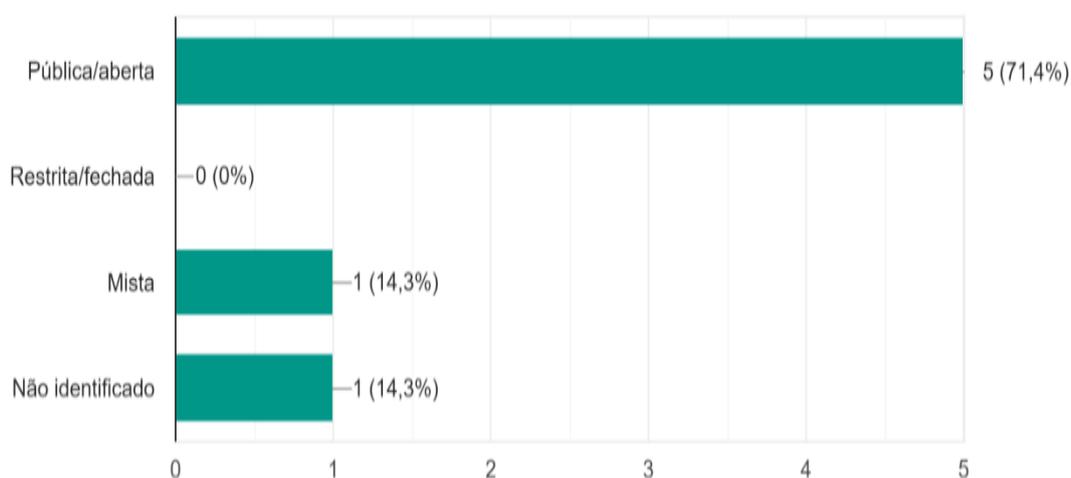
Quanto ao acesso na fase 3.^a Seleção das CPN (Gráfico 33):

- 05 (71,4%) das 07 CPN, foram identificadas seleções públicas;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foram identificadas seleções mistas (restrita e pública);
- 01 (14,3%) das 07 CPN, não foi identificado o tipo de acesso
- Nenhum das 07, foi identificada seleções exclusivamente restrita/fechada.

Gráfico 33 – Acesso na fase 3.^a Seleção

3^a SELEÇÃO: ocorre de forma pública ou restrita?

7 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.1.4 Acesso na fase 4.^a Seleção das CPN

Quanto ao acesso na fase 4.^a seleção das CPN: apenas 01 CPN apresentou uma 4.^a seleção pública.

4.3.4.2 Vínculo dos jurados das CPN

Os jurados são responsáveis pelas avaliações das ideias dos participantes das CPN. Nesse sentido, segue dados quanto à existência de vínculo (interno) ou a ausência de vínculo (externo) dos jurados com as IES das CPN. Não foi identificado o vínculo dos jurados na 4.^a seleção.

4.3.4.2.1 Vínculo dos jurados com as IES na fase 1.^a Seleção

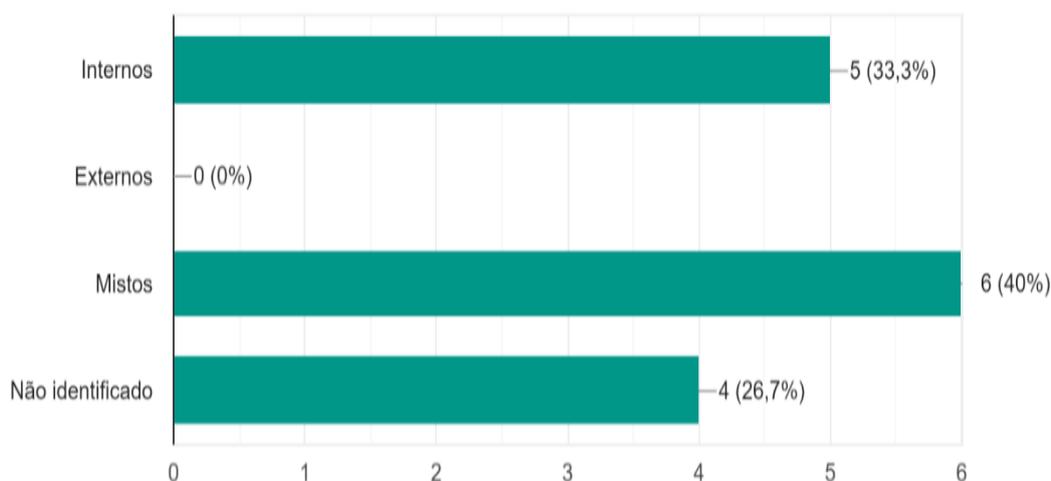
Quanto ao vínculo dos jurados com as IES na fase 1.^a Seleção (Gráfico 34):

- 06 (40%) das 15 CPN, foram identificados jurados com vínculo misto (interno) e (externo) com as IES das CPN;
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foram identificados jurados exclusivamente interno com as IES das CPN;
- 04 (26,7%) das 15 CPN, não foi identificado o vínculo dos jurados;
- Nenhum das 15 CPN foram identificados jurados exclusivamente externos.

Gráfico 34 – Vínculo dos jurados com as IES na fase 1.^a Seleção

1^a SELEÇÃO: Qual o perfil dos jurados?

15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.2.2 Vínculo dos jurados com as IES na fase 2.^a Seleção

Quanto ao vínculo dos jurados com as IES na fase 2.^a Seleção (Gráfico 35):

- 04 (40%) das 10 CPN, foram identificados jurados com vínculo (interno) e sem vínculo (externo) com as IES das CPN;
- 03 (30%) das 10 CPN, foram identificados jurados apenas com vínculo (interno) com as IES das CPN;
- 03 (30%) das 10 CPN, não foi identificado o vínculo do jurado;
- Nenhum das 10 CPN, foram identificados jurados exclusivamente externos.

Gráfico 35 – Vínculo dos jurados com as IES na fase 2.^a Seleção

2^a SELEÇÃO: Qual o perfil dos jurados?

10 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.2.3 Vínculo dos jurados com as IES na fase 3.^a Seleção

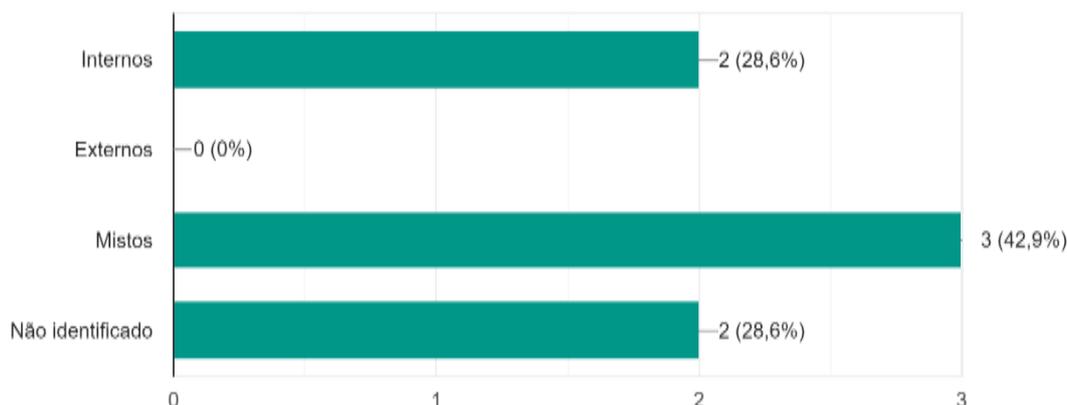
Quanto ao vínculo dos jurados com as IES na fase 3.^a Seleção (Gráfico 36):

- 03 (42,8%) das 07 CPN, foram identificados jurados apenas com vínculo (interno) com as IES das CPN;
- 04 (57,1%) das 07 CPN, foram identificados jurados com vínculo (interno) e sem vínculo (externo) com as IES das CPN;
- 03 (42,8%) das 07 CPN, não foi identificado o vínculo do jurado;
- Nenhum das 07 CPN, foram identificados jurados exclusivamente externos.

Gráfico 36 – Vínculo dos jurados com as IES na fase 3.^a Seleção

3^a SELEÇÃO: Qual o perfil dos jurados?

7 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.2.4 Vínculo dos jurados com as IES na fase 4.^a Seleção

Quanto ao vínculo dos jurados com as IES na fase 4.^a Seleção: não foi identificado o vínculo do jurado.

4.3.4.3 Modalidade das apresentações das CPN

4.3.4.3.1 Modalidade das apresentações na fase 1.^a Seleção das CPN

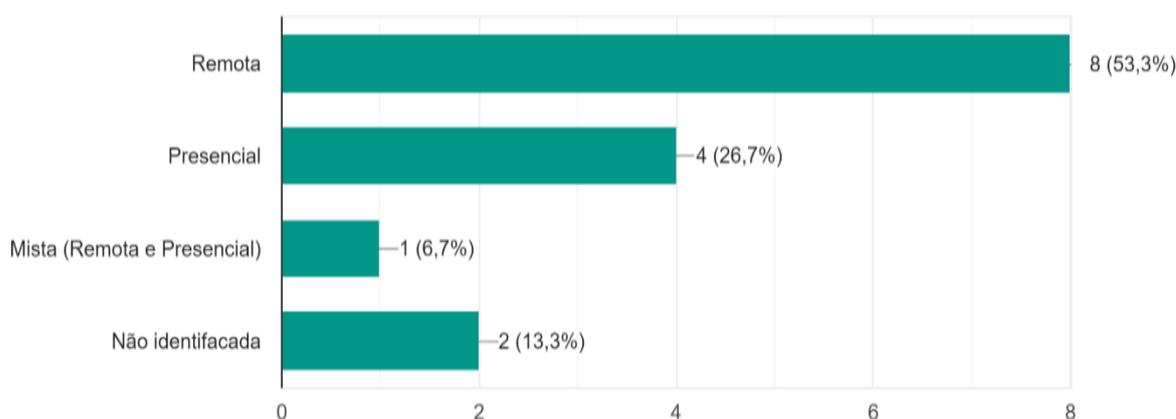
Quanto à modalidade das apresentações na fase 1.^a Seleção (Gráfico 37):

- 08 (53,3%) das 15 CPN, foram identificadas apresentações remotas (virtual);
- 04 (26,7%) das 15 CPN, foram identificadas apresentações presenciais;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foram identificadas apresentações mistas;
- 02 (13,3%) das 15 CPN, não foi identificada a modalidade das apresentações.

Gráfico 37 – Modalidade das apresentações na fase 1.^a Seleção

1^a SELEÇÃO: apresentação é realizada na modalidade?

15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.3.2 Modalidade das apresentações na fase 2.^a Seleção das CPN

Quanto à modalidade das apresentações na fase 2.^a Seleção (Gráfico 38):

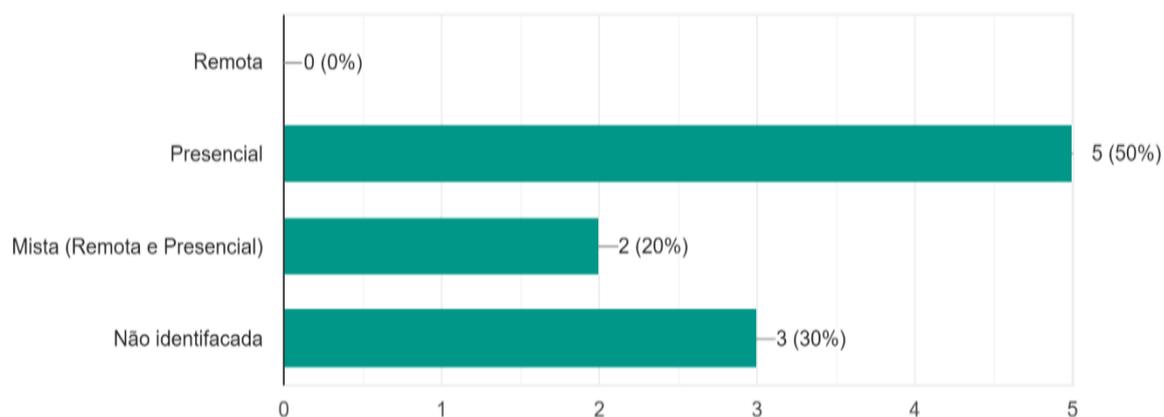
- 05 (50%) das 10 CPN, foram identificadas apresentações presenciais;
- 02 (20%) das 10 CPN, foram identificadas apresentações mistas;
- 03 (30%) das 10 CPN, não foi identificada a modalidade das apresentações;

- Nenhum das 10 CPN, foram identificadas modalidades exclusivamente remotas.

Gráfico 38 – Modalidade das apresentações na fase 2.^a Seleção

2^a SELEÇÃO: apresentação é realizada na modalidade?

10 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

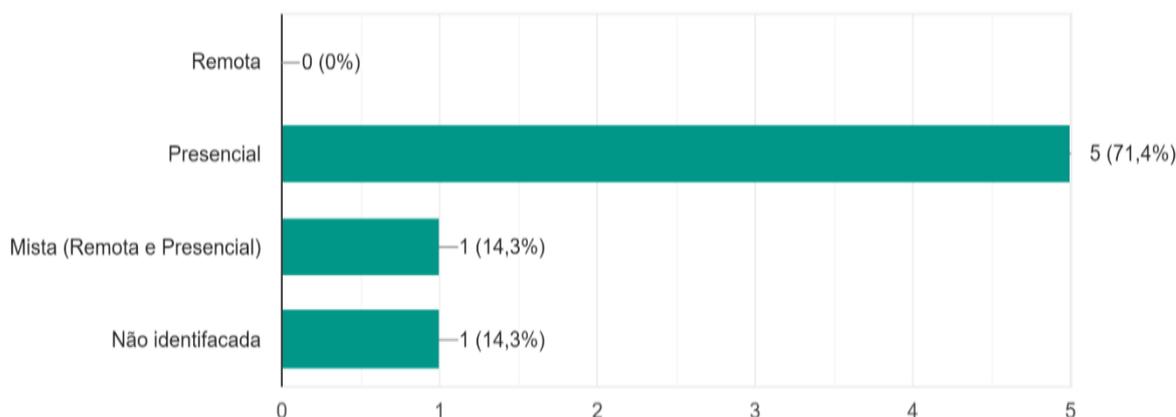
4.3.4.3.3 Modalidade das apresentações na fase 3.^a Seleção das CPN

Quanto à modalidade das apresentações na fase 3.^a Seleção (Gráfico 39):

- 05 (71,4%) das 07 CPN, foram identificadas apresentações presenciais;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foram identificadas apresentações mistas);
- 01 (14,3%) das 07 CPN, não foi identificada a modalidade das apresentações.
- Nenhum das 07 CPN, foram identificadas modalidades exclusivamente remotas.

Gráfico 39 – Modalidade das apresentações na fase 3.^a Seleção3^a SELEÇÃO: apresentação é realizada na modalidade?

7 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.3.4 Modalidade das apresentações na fase 4.^a Seleção das CPN

Quanto à modalidade das apresentações na fase 4.^a Seleção: foram identificadas apresentações presenciais.

4.3.4.4 Documentos avaliados nas seleções das CPN

4.3.4.4.1 Documentos avaliados na fase 1.^a Seleção

Quanto aos documentos avaliados na fase 1.^a Seleção (Gráfico 40):

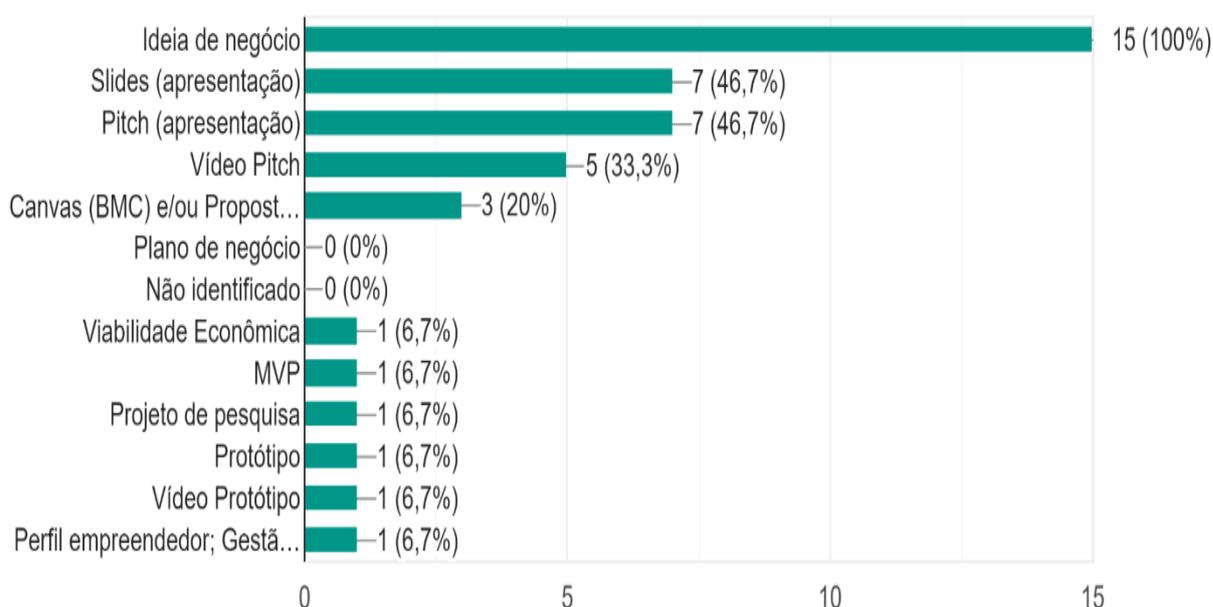
- 15 (100%) das 15 CPN, foi identificado o documento: “ideia de negócio;
- 07 (46,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: *Slides* de apresentação;
- 07 (46,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: apresentação em tempo real (*Pitch*);
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificado o documento: *Vídeo Pitch* (apresentação gravada);
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o documento: *Canvas* (BMC) e/ou proposta de valor (BMC);
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Viabilidade econômica;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: MVP;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Projeto de pesquisa;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Protótipo;

- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Vídeo protótipo;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Perfil empreendedor;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o documento: Gestão – equipe, parcerias e recursos;
- Nenhum das 15 CPN, foi identificado o documento Plano de Negócio.

Gráfico 40 – Documentos avaliados na fase 1.ª Seleção

1ª SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.4.2 Documentos avaliados na fase 2.ª Seleção

Quanto aos documentos avaliados na fase 2.ª Seleção (Gráfico 41):

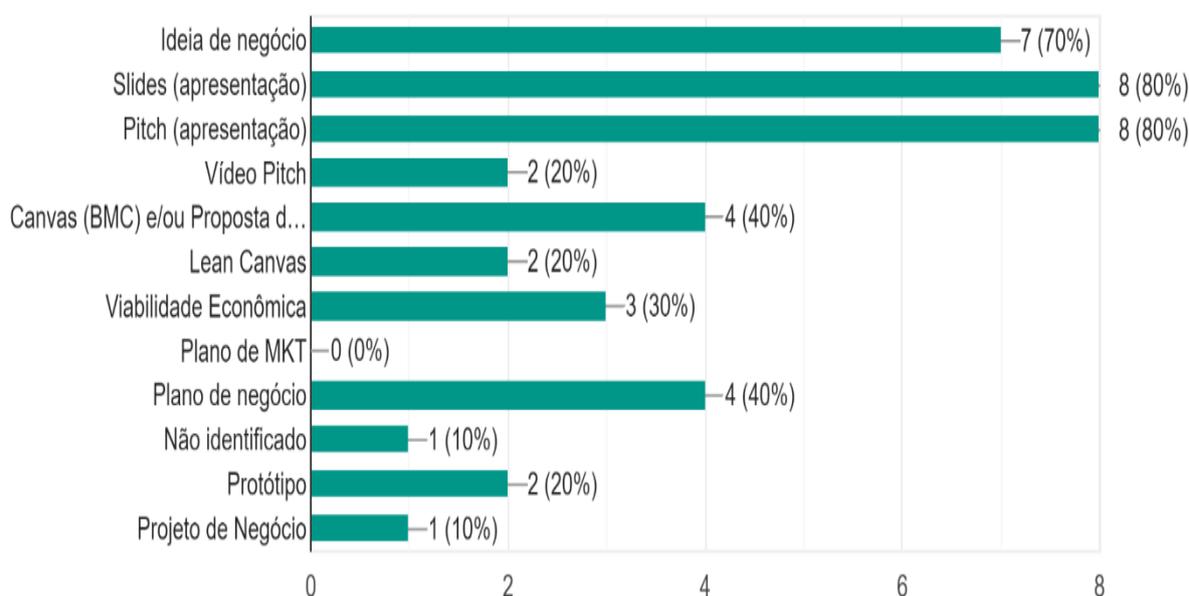
- 08 (80%) das 10 CPN, foi identificado o documento: Slides de apresentação;
- 08 (80%) das 10 CPN, foi identificado o documento: apresentação em tempo real (*Pitch*);
- 07 (70%) das 10 CPN, foi identificado o documento: ideia de negócio”;
- 05 (50%) das 10 CPN, foi identificado o documento: plano/projeto de negócios;
- 04 (40%) das 10 CPN, foi identificado o documento: Canvas (BMC) e/ou proposta de valor (BMC);
- 03 (30%) das 10 CPN, foi identificado o documento: viabilidade econômica;

- 02 (20%) das 10 CPN, foi identificado o documento: Vídeo *Pitch* (apresentação gravada);
- 02 (20%) das 10 CPN, foi identificado o documento: *Lean Canvas*;
- 02 (20%) das 10 CPN, foi identificado o documento: Protótipo;
- 01 (10%) das 10 CPN, não foi identificado documento;
- Nenhum das 10 CPN, foi identificado o documento Plano de MKT.

Gráfico 41 – Documentos avaliados na fase 2.^a Seleção

2^a SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

10 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.4.3 Documentos avaliados na fase 3.^a Seleção

Quanto aos documentos avaliados na fase 3.^a Seleção (Gráfico 42):

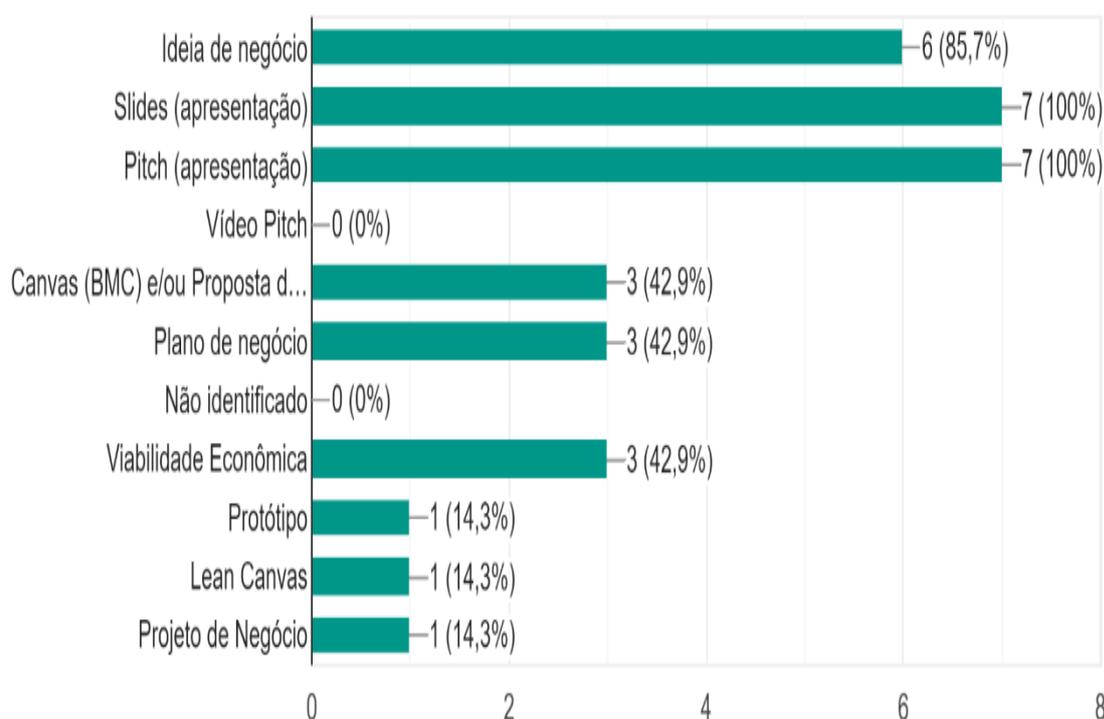
- 07 (100%) das 07 CPN, foi identificado o documento: *Slides* de apresentação;
- 07 (100%) das 07 CPN, foi identificado o documento: apresentação em tempo real (*Pitch*);
- 06 (85,7%) das 07 CPN, foi identificado o documento: “ideia de negócio”;
- 04 (57,1%) das 07 CPN, foi identificado o documento: plano/projeto de negócios;
- 03 (42,9%) das 07 CPN, foi identificado o documento: *Canvas* (BMC) e/ou proposta de valor (BMC);

- 03 (42,9%) das 07 CPN, foi identificado o documento: viabilidade econômica;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o documento: *Lean Canvas*;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o documento: Protótipo
- Nenhum das 07 CPN, foi identificado o documento Vídeo Pitch

Gráfico 42 – Documentos avaliados na fase 3.^a Seleção

3^a SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

7 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.4 Documentos avaliados na fase 4.^a Seleção

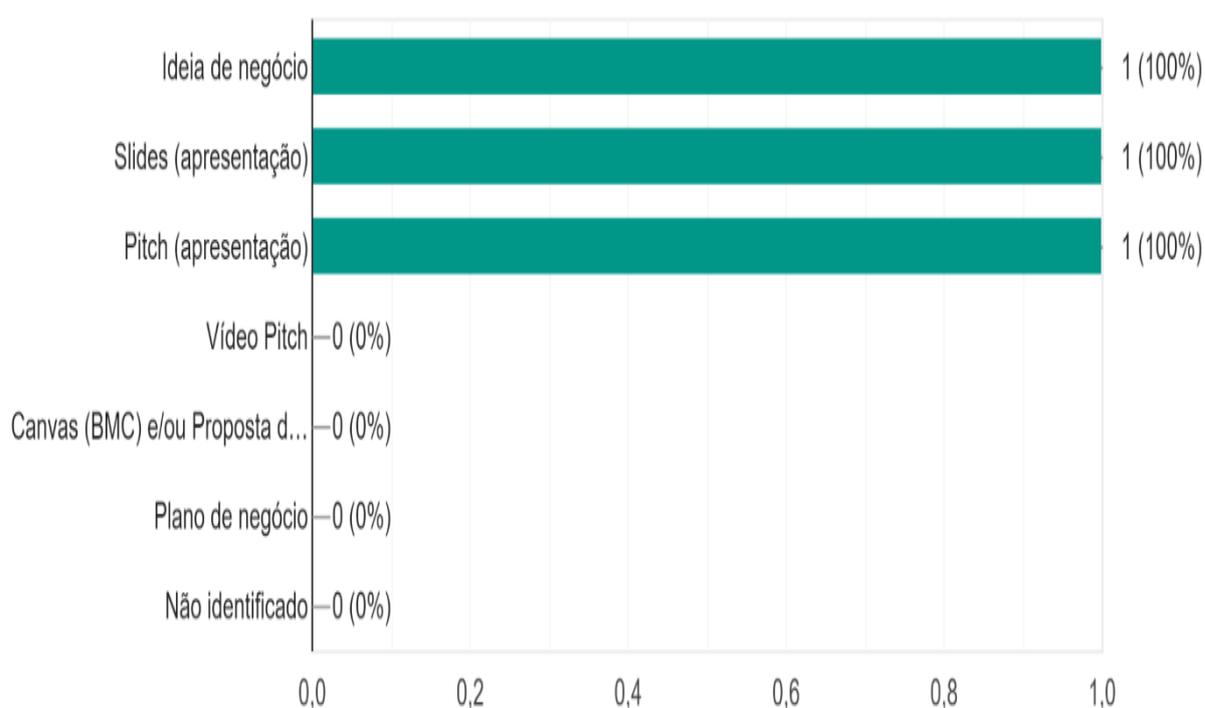
Quanto aos documentos avaliados na fase 4.^a Seleção (Gráfico 43):

- 01 (100%) das 01 CPN, foi identificado o documento: Slides de apresentação;
- 01 (100%) das 01 CPN, foi identificado o documento: apresentação em tempo real (*Pitch*);
- 01 (100%) das 01 CPN, foi identificado o documento: “ideia de negócio”.
- Na CPN, não foram identificados os documentos: *Vídeo Pitch*, *Canvas*, proposta de valor e Plano de Negócio.

Gráfico 43 – Documentos avaliados na fase 4.ª Seleção

4ª SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

1 resposta



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.5 Critérios de avaliação nas seleções das CPN

4.3.4.5.1 Critérios de avaliação na fase 1.ª Seleção

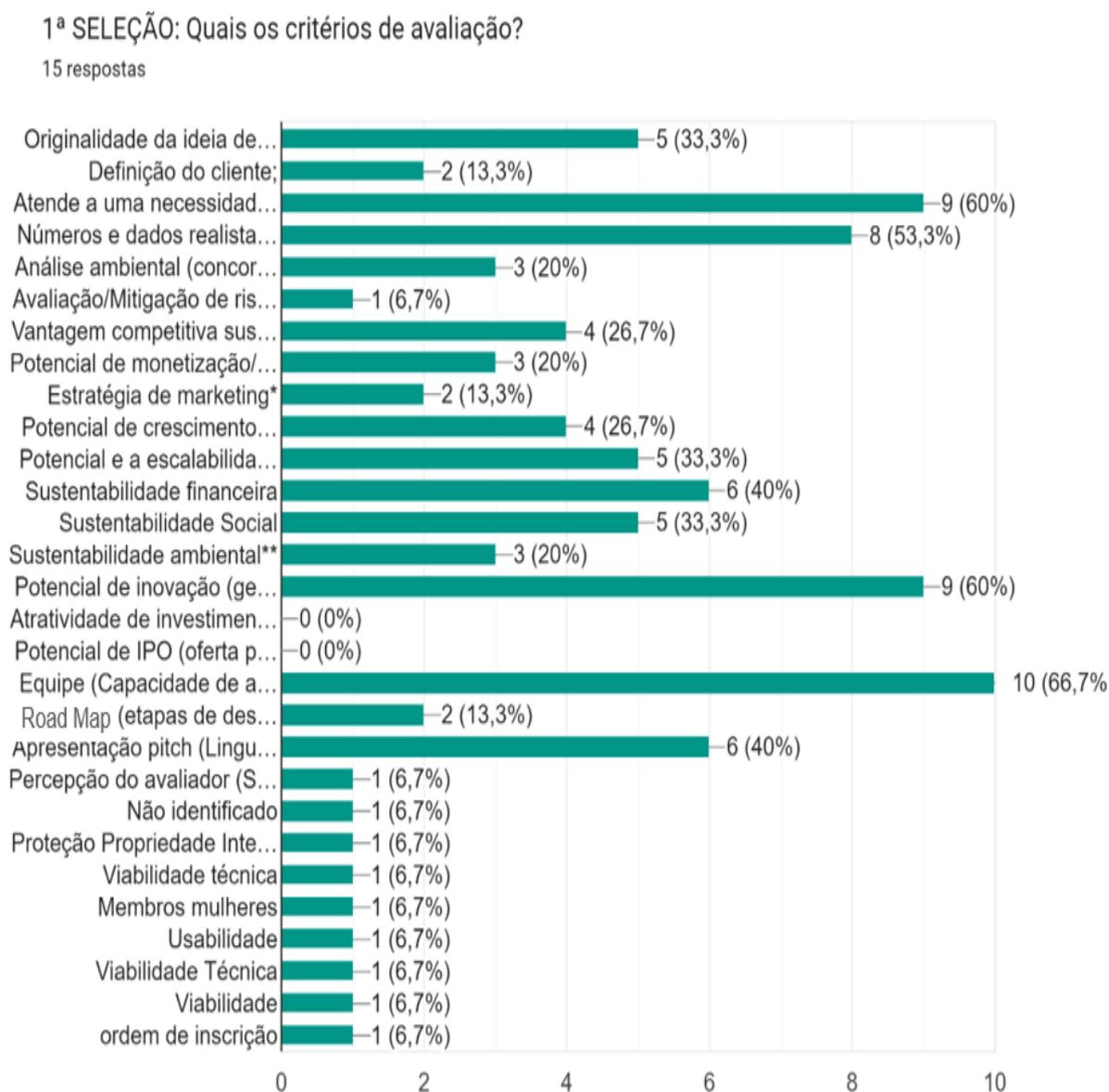
Quanto aos critérios de avaliação na fase 1.ª Seleção (Gráfico 44):

- 10 (66,6%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Equipe (capacidade de administrar e implementar);
- 09 (60%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço);
- 09 (60%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Potencial de inovação (gerar mercado);
- 08 (53,3%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado);

- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade financeira;
- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário);
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Originalidade da ideia de negócio;
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Potencial e escalabilidade do negócio;
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade social;
- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Vantagem competitiva sustentável;
- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Potencial de crescimento do negócio;
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Análise ambiental (concorrência);
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Potencial de monetização/comercialização;
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade ambiental;
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o critério: *Canvas* (BMC);
- 02 (13,3%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Dor do cliente;
- 02 (13,3%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Estratégia de Marketing;
- 02 (13,3%) das 15 CPN, foi identificado o critério: *Roadmap* (etapas de desenvolvimento, caminho crítico);
- 02 (13,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Viabilidade técnica;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Avaliação/mitigação dos riscos;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Percepção do avaliador (subjetivo);
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Proteção Propriedade Intelectual;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Membros mulheres;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Usabilidade;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Viabilidade;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado o critério: Ordem de inscrição;

- Nenhum das 15 CPN, foram identificados os critérios: atratividade de investimento e potencial de IPO.

Gráfico 44 – Critérios de avaliação na fase 1.^a Seleção



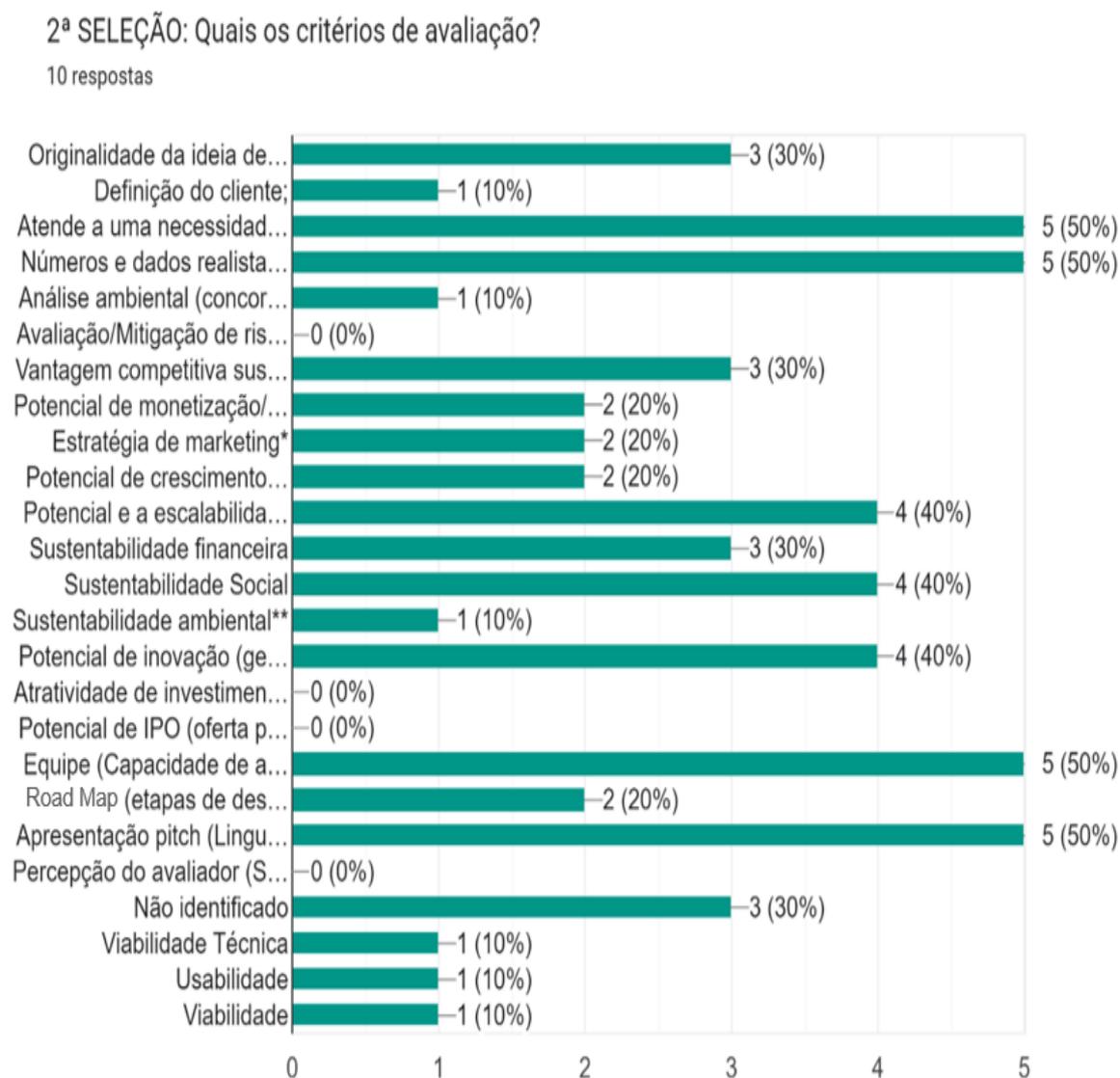
Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.5.2 Critérios de avaliação na fase 2.^a Seleção

Quanto aos critérios de avaliação na fase 2.^a Seleção (Gráfico 45):

- 05 (50%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço);

- 05 (50%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado);
- 05 (50%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Equipe (capacidade de administrar e implementar);
- 05 (50%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário);
- 04 (26,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Potencial e escalabilidade do negócio;
- 04 (26,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade social;
- 04 (26,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Potencial de inovação (gerar mercado);
- 03 (20%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Originalidade da ideia de negócio;
- 03 (20%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Vantagem competitiva sustentável;
- 03 (20%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade financeira;
- 02 (13,3%) das 10 CPN, foi identificado: o critério: Potencial de monetização/comercialização;
- 02 (13,3%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Estratégia de Marketing;
- 02 (13,3%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Potencial de crescimento do negócio;
- 02 (13,3%) das 10 CPN, foi identificado o critério: *Roadmap* (etapas de desenvolvimento, caminho crítico);
- 01 (6,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Definição do cliente;
- 01 (6,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Análise ambiental (concorrência);
- 01 (6,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade ambiental;
- 01 (6,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Viabilidade técnica;
- 01 (6,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Usabilidade;
- 01 (6,7%) das 10 CPN, foi identificado o critério: Viabilidade
- Nenhum das 10 CPN, foram identificados os critérios: avaliação/mitigação de riscos, atratividade de investimento, potencial de IPO e percepção do avaliador.

Gráfico 45 – Critérios de avaliação na fase 2.^a SeleçãoGráfico 45 – Critérios de avaliação na fase 2.^a Seleção

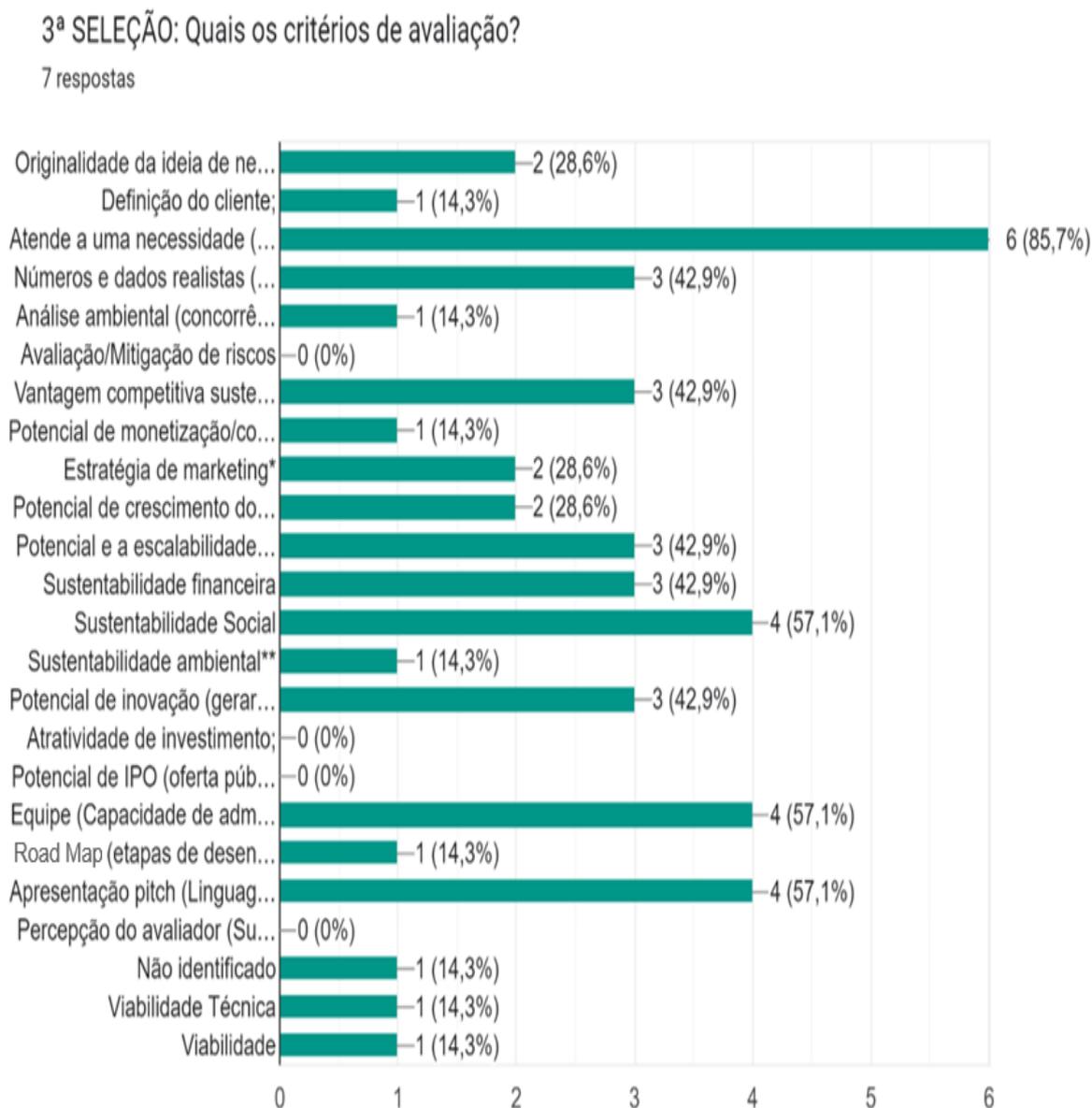
Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.4.5.3 Critérios de avaliação na fase 3.^a Seleção

Quanto aos critérios de avaliação na fase 3.^a Seleção (Gráfico 46):

- 06 (85,7%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço);
- 04 (57,1%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade social;
- 04 (57,1%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Equipe (capacidade de administrar e implementar);

- 04 (57,1%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário);
- 03 (42,9%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Números e dados realistas;
- 03 (42,9%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Vantagem competitiva sustentável;
- 03 (42,9%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Potencial e escalabilidade do negócio;
- 03 (42,9%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade financeira;
- 03 (42,9%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Potencial de inovação (gerar mercado);
- 02 (28,6%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Originalidade da ideia de negócio;
- 02 (28,6%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Estratégia de Marketing;
- 02 (28,6%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Potencial de crescimento do negócio;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Definição do cliente;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Análise ambiental (concorrência);
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Potencial de monetização;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade ambiental;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o critério: *Roadmap* (etapas de desenvolvimento, caminho crítico);
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Viabilidade técnica;
- 01 (14,3%) das 07 CPN, foi identificado o critério: Viabilidade;
- Nenhum das 07 CPN, foram identificados os critérios: avaliação/mitigação de riscos, atratividade de investimento, potencial de IPO e percepção do avaliador.

Gráfico 46 – Critérios de avaliação na fase 3.^a Seleção

Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

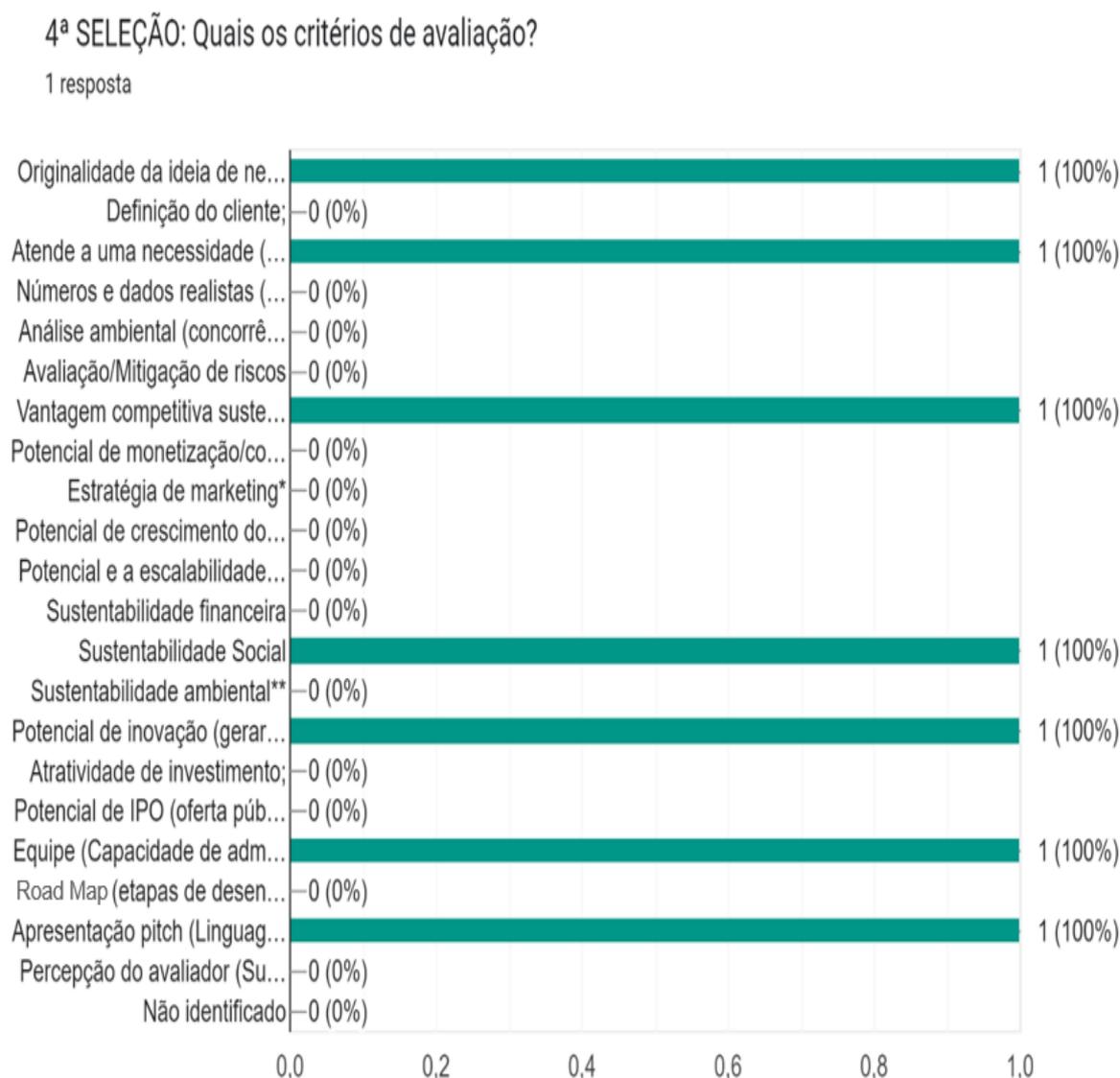
4.3.4.5.4 Critérios de avaliação na fase 4.^a Seleção

Quanto aos critérios de avaliação na fase 4.^a Seleção (Gráfico 47):

- 01 CPN, foi identificado o critério: Originalidade da ideia de negócio;
- 01 CPN, foi identificado o critério: Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço);
- 01 CPN, foi identificado o critério: Vantagem competitiva sustentável;
- 01 CPN, foi identificado o critério: Sustentabilidade social;
- 01 CPN, foi identificado o critério: Potencial de inovação (gerar mercado);

- 01 CPN, foi identificado o critério: Equipe (capacidade de administrar e implementar);
- 01 CPN, foi identificado o critério: Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário);
- Na CPN, não foram identificados os critérios: definição do cliente, números de dados realistas, análise ambiental, avaliação/mitigação de riscos, potencial de monetização, estratégia de Marketing, potencial de crescimento, potencial e escalabilidade, sustentabilidade financeira, sustentabilidade ambiental, atratividade de investimento, potencial de IPO, *Road Map* e percepção do avaliador.

Gráfico 47 – Critérios de avaliação na fase 4.^a Seleção



4.3.5 Características das formações das CPN

Foram identificadas nas CPN a ocorrência de formação em quatro fases:

- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificada a fase Pré-Formação;
- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificada a fase 1.^a Formação;
- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificada a 2.^a Formação;
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificada a 3.^a Formação.

4.3.5.1 Nome dos cursos de formação das CPN

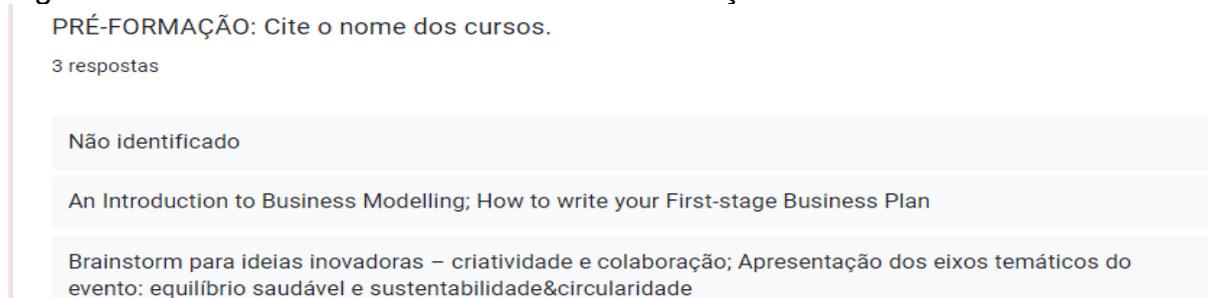
Quanto à quantidade de cursos e os nomes dos cursos de formação, não foram identificadas ocorrências nas fases 3.^a e 4.^a Formação.

4.3.5.1.1 Nomes dos cursos na fase Pré-Formação

Considerando o nome dos 05 cursos na fase Pré-Formação (Figura 31):

- An Introduction to Business Modelling.
- How to write your First-stage Business Plan.
- Brainstorm para ideias inovadoras – criatividade e colaboração;
- Apresentação dos eixos temáticos do evento: equilíbrio saudável e sustentabilidade & circularidade.

Figura 31 – Nomes dos cursos na fase Pré-Formação



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.5.1.2 Nomes dos cursos na fase 1.^a Formação

Considerando o nome dos 10 cursos na fase 1.^a Formação (Figura 32):

- An Introduction to Business Modelling.
- How to write your First-stage Business Plan
- Solução e proposta de valor;
- Validação de *persona*;
- Análise de mercado;
- MVP + validação;
- *Pitch Day*;
- prototipagem e documentação no *canvas*;
- planejamento/construção de um protótipo;
- Preparação do *Pitch* + versão final do protótipo.

Figura 32 – Nomes dos cursos na fase 1.^a Formação

1^a FORMAÇÃO: Cite o nome dos cursos.
6 respostas

Não identificado

An Introduction to Business Modelling; How to write your First-stage Business Plan

Solução e proposta de valor; Validação de *persona*; Análise de Mercado; MVP+validação; PitchDay

prototipagem e documentação no *canvas*; planejamento/construção de um protótipo; Preparação do *pitch* + versão final do protótipo

Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.5.1.3 Nomes dos cursos na fase 2.^a Formação

Considerando o nome dos 09 cursos na fase 2.^a Formação (Figura 33):

- Finanças, prototipagem e *Pitch*
- Empreendedorismo científico;
- Propriedade Industrial;
- Transformando a pesquisa em modelo de negócios;
- Equipe empreendedora;
- *Pitch* e mentoria coletiva;
- Introdução ao Empreendedorismo inovador e Competências Empreendedoras;
- Introdução a modelos, ferramentas & metodologias de criatividade e estruturação de negócios;
- Modelagem de negócios e *Pitch*.

Figura 33 – Nomes dos cursos na fase 2.^a Formação

2^a FORMAÇÃO: Cite o nome dos cursos.
6 respostas

Não identificado
Finanças, Prototipagem e Pitch
Empreendedorismo Científico; Propriedade Industrial; Transformando a pesquisa em modelo de negócios; Equipe Empreendedora; Pitch e Mentoria coletiva.
Introdução ao Empreendedorismo Inovador e Competências Empreendedoras; Introdução a Modelos, Ferramentas & Metodologias de Criatividade e Estruturação de Negócios; Modelagem de Negócios e Pitch.

Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.5.2 Ementa dos cursos nas formações das CPN

Quanto às ementas dos cursos, não foram identificadas informações sobre ementas nas fases Pré-Formação, 1.^a Formação e 3.^a formação. Nesse sentido, foram identificadas ementas apenas na fase 2.^a Formação nas seguintes CPN:

- Na competição de planos de negócios *Winter School*, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2022) foram identificadas as ementas dos cursos (Empreendedorismo Científico, Propriedade Industrial, transformando a pesquisa em modelo de negócios, equipe Empreendedora, *Pitch* e mentoria coletiva):

Empreendedorismo Científico

- Contexto, desafios e oportunidades;
- Da bancada ao mercado: cases de estratégias para transformar a pesquisa em um produto/serviço

Propriedade Industrial

- Caminho(s) para proteger e licenciar tecnologias;
- Pesquisador X Empreendedor: sua relação com a Universidade

Transformando a pesquisa em modelo de negócios

- Criando um modelo de negócios
- Estratégias de acesso ao mercado (MVP, POC, piloto)

Equipe Empreendedora

- Qual a importância de contar com uma equipe para desenvolver o negócio?
- Como selecionar, captar e reter sócios e colaboradores?

Pitch e mentoria coletiva

- Como “vender” a proposta para potenciais investidores e/ou parceiros
- Desafios vivenciados pelas equipes na construção do modelo de negócios.

- Na competição de planos de negócios Programa Empreende UFC, da Universidade Federal do Ceará (2023) foram identificadas as ementas dos cursos (introdução ao Empreendedorismo inovador e Competências

Empreendedoras, introdução a modelos, Ferramentas & metodologias de criatividade e estruturação de negócios e modelagem de negócios e *Pitch*):

Introdução ao Empreendedorismo inovador e Competências Empreendedoras:

- a) Jornada de formação em Empreendedorismo e metodologia de avaliação sistemática do nível de maturidade de projetos de empreendimentos inovadores & startups do programa (TRL, CERNE, Jornada de Pré-aceleração);
- b) Contexto atual do Empreendedorismo (tecnologia, inovação, sustentabilidade, propósito e negócios digitais);
- c) Conceitos e tipos de Empreendedorismo: novos negócios/startups/spin-offs, Empreendedorismo de impacto socioambiental e intraempreendedorismo;
- d) Ecossistema empreendedor (investidores, incubadoras, aceleradoras, hubs de inovação, parques tecnológicos, instituição de fomento à inovação, sistema S, centros de Empreendedorismo em universidades, movimentos empreendedores da sociedade civil organizada, ecossistemas internacionais de Empreendedorismo; entre outros);
- e) Competências e características do empreendedor;
- f) Montagem de equipes em empreendimentos inovadores e a importância das complementaridades.

Introdução a modelos, Ferramentas & metodologias de Criatividade e Estruturação de negócios

- a) Diferenças entre modelo de negócios e plano de negócios;
- b) Geração do modelo de negócios por meio do BMG Canvas e do Lean Canvas;
- c) Lean Startup.
- d) Design Thinking.
- e) Design Sprint;
- f) Scrum & agilidade no gerenciamento de projetos;
- g) Gestão de equipes / squads;
- h) Design/Canvas de proposta de valor;
- i) Jornada & experiência do cliente;
- j) Noções de modelagem econômico-financeira de negócios e acesso ao capital;
- k) Noções de contratos jurídicos em sociedades de startups e em investimentos de risco;
- l) Noções de contratos de tecnologia para startups;
- m) Noções de Propriedade Intelectual;
- n) Noções de prospecção tecnológica;
- o) Noções de registro de programa de computador;
- p) Noções de registro de marca;
- q) Noções de transferência tecnológica, spin-offs acadêmicas e exploração econômica de ativos de Propriedade Intelectual;
- r) Noções de maturidade tecnológica (escala TRL – Technology Readiness Level)
- s) Noções de valoração de propriedade industrial/intelectual
- t) Noções de roadmap tecnológico: planejamento integrado de tecnologia, produto & mercado;
- u) Noções de Marketing 4.0;
- v) Funil de vendas & Marketing digital;
- w) Noções de internacionalização de startups;
- x) Indicadores & métricas para startups;
- y) Noções de contratos entre empreendedores e investidores
- z) Teoria da mudança em negócios de impacto socioambiental;
- aa) Noções de avaliação de impacto socioambiental;
- bb) Abertura e formalização de um negócio;

cc) Rodadas de investimento & exit em startups (anjo/pré-seed, seed, series A/B/C).

Modelagem de negócios e *Pitch*

- a) Identificação do problema;
- b) Validação do problema;
- c) Proposta de valor da solução e comparação com alternativas existentes;
- d) Prototipação da solução / Produto minimamente viável (MVP);
- e) Definição do modelo de monetização;
- f) Teste e validação da solução;
- g) *Pitch* de negócios e técnicas de apresentação;
- h) Simulação de *Pitch* de negócios para mentores & investidores (demolation e demoday).

4.3.5.3 Tarefas dos cursos nas formações das CPN

4.3.5.3.1 Tarefas dos cursos na fase Pré-Formação

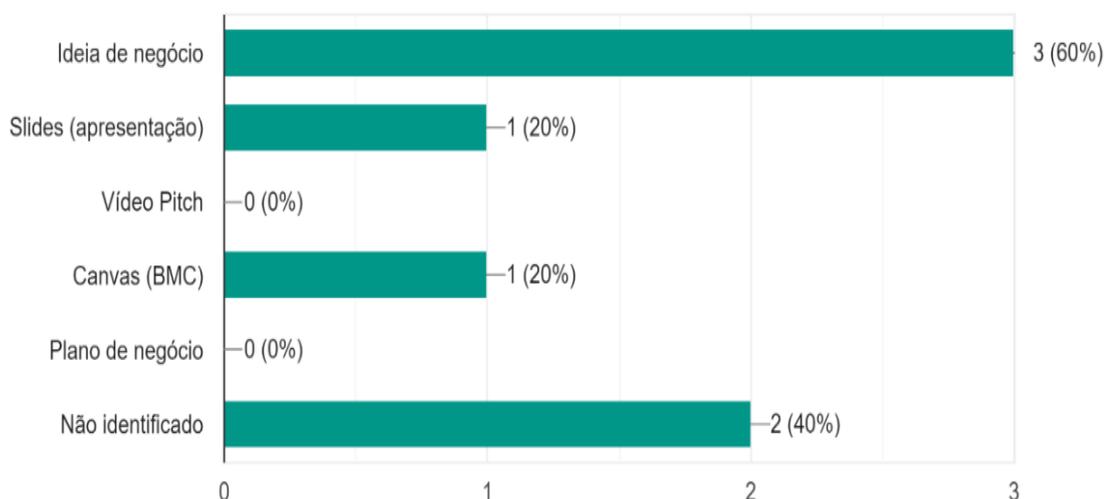
Considerando as tarefas dos cursos na fase Pré-Formação (Gráfico 48):

- 03 (60%) das 05 CPN, foi identificada a tarefa: “ideia de negócio”;
- 01 (20%) das 05 CPN, foi identificada a tarefa: *Slides* de apresentação;
- 01 (20%) das 05 CPN, foi identificada a tarefa: *Canvas* (BMC)
- 02 (40%) das 05 CPN, não foi identificada uma tarefa
- Nenhum das 05 CPN, foram identificadas as tarefas: vídeo *Pitch* e plano de negócios.

Gráfico 48 – Tarefas solicitadas na fase Pré-Formação

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

5 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.5.3.2 Tarefas dos cursos na fase 1.^a Formação

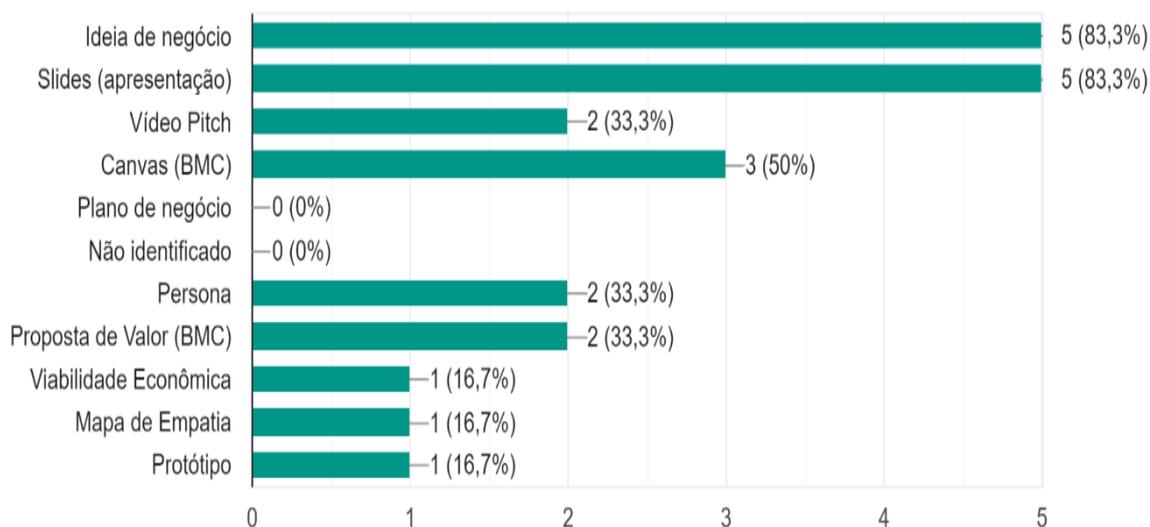
Considerando as tarefas dos cursos na fase 1.^a Formação (Gráfico 49):

- 05 (83,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: “ideia de negócio”;
- 05 (83,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: Slides de apresentação;
- 03 (50%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: *Canvas* (BMC);
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: Vídeo *Pitch* (apresentação gravada);
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: *Persona*;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: Proposta de valor (BMC);
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: viabilidade econômica;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: mapa de empatia;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa protótipo
- Nenhum das 06 CPN, foi identificada a tarefa: plano de negócios.

Gráfico 49 – Tarefas solicitadas na fase 1.^a Formação

1^a FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

6 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.5.3.3 Tarefas dos cursos de formação na fase 2.^a Formação

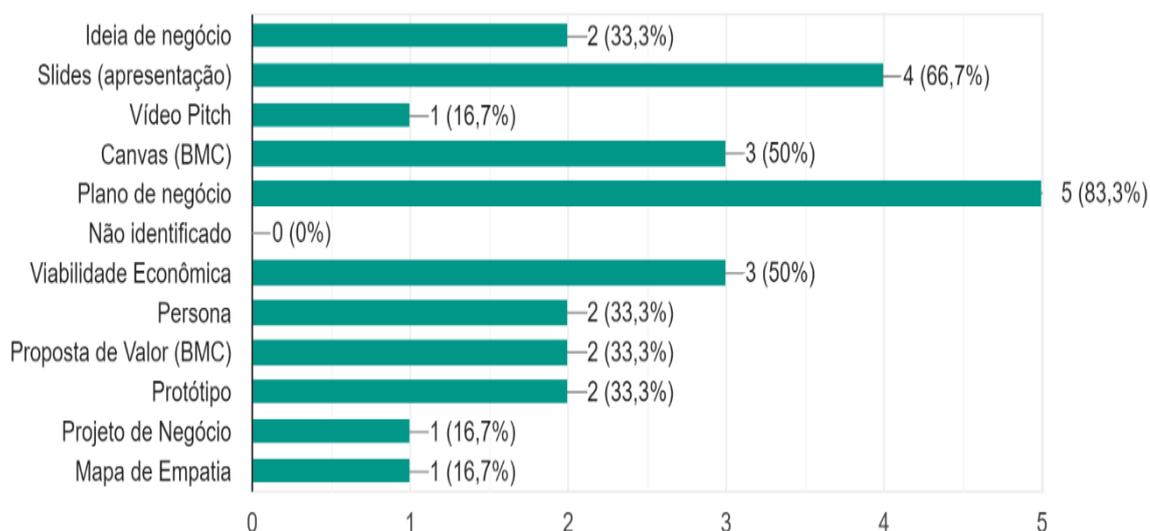
Considerando as tarefas dos cursos na 2.^a Formação (Gráfico 50):

- 06 (100%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: plano/projeto de negócios;
- 04 (66,7%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: *Slides* de apresentação;
- 03 (50%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: *Canvas* (BMC);
- 03 (50%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: viabilidade econômica;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: “ideia de negócio”;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: “*persona*”;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: “proposta de valor (BMC)”;
- 02 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: “protótipo”;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: “Vídeo *Pitch* (apresentação gravada)”;
- 01 (16,7%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: “mapa de empatia”.

Gráfico 50 – Tarefas solicitadas na fase 2.^a Formação

2^a FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

6 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.5.3.4 Tarefas dos cursos de formação na fase 3.^a Formação

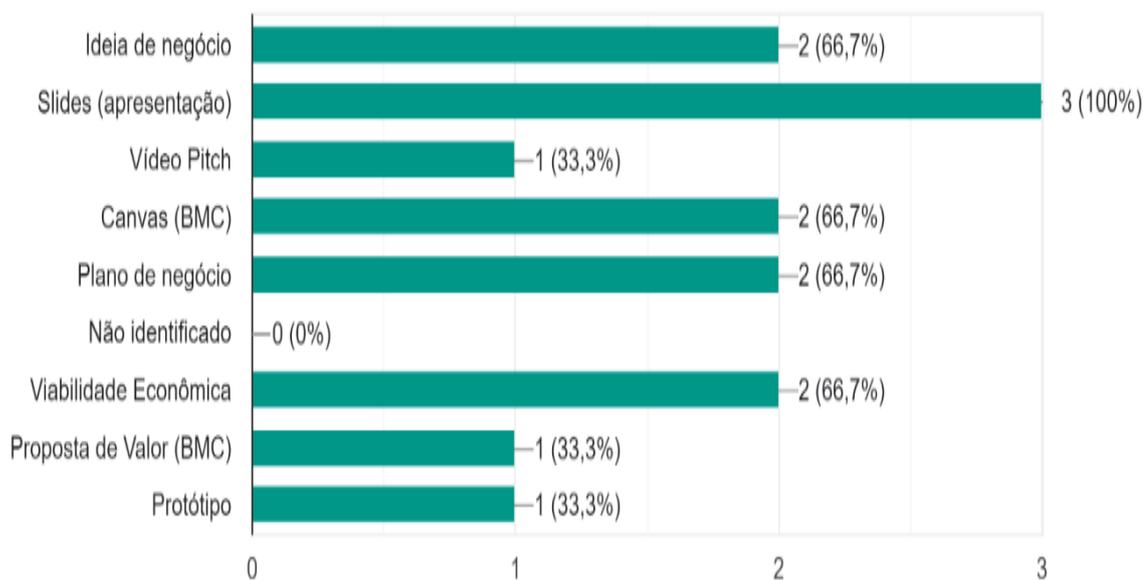
Considerando as tarefas dos cursos na fase 3.^a Formação (Gráfico 51):

- 03 (100%) das 03 CPN, foi identificada a tarefa: *Slides* de apresentação;
- 02 (66,7%) das 03 CPN, foi identificada a tarefa: “ideia de negócio”;
- 02 (66,7%) das 03 CPN, foi identificada a tarefa: *Canvas* (BMC);
- 02 (66,7%) das 03 CPN, foi identificada a tarefa: Plano/projeto de negócios;
- 02 (66,7%) das 03 CPN, foi identificada a tarefa: Viabilidade econômica;
- 01 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: Vídeo *Pitch* (apresentação gravada);
- 01 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: Proposta de valor (BMC);
- 01 (33,3%) das 06 CPN, foi identificada a tarefa: Protótipo.

Gráfico 51 – Tarefas solicitadas na 3.^a Formação

3^a FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

3 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.6 Características das premiações das CPN

Após a fase Seleção final, é realizado o reconhecimento (premiações) dos campeões das CPN.

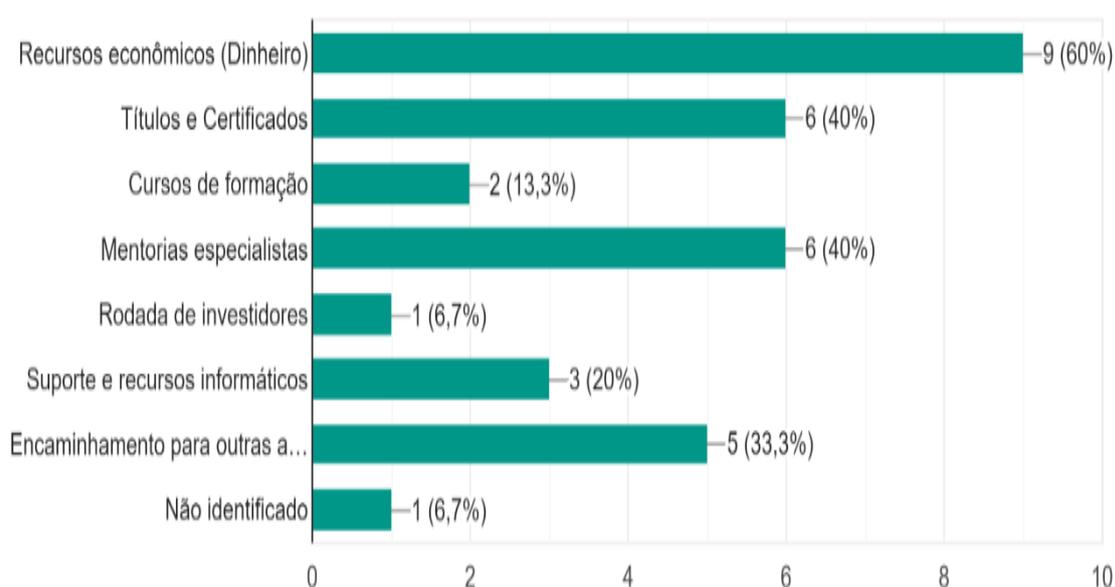
Considerando as formas de premiações, temos (Gráfico 52):

- 09 (60%) das 15 CPN, foi identificada a premiação: Recursos econômicos (dinheiro);
- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificada a premiação: títulos e certificados;
- 06 (40%) das 15 CPN, foi identificada a premiação: Mentorias com especialistas;
- 05 (33,3%) das 15 CPN, foi identificada a premiação: Encaminhamentos para outras ações ou eventos;
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificada a premiação: Suporte e recursos informáticos;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificada a premiação: Rodada de investidores;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, não identificado a forma das premiações.

Gráfico 52 – Formas de premiações das CPN

Quais as formas de PREMIAÇÃO identificadas?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.6.1 Recursos econômicos das CPN

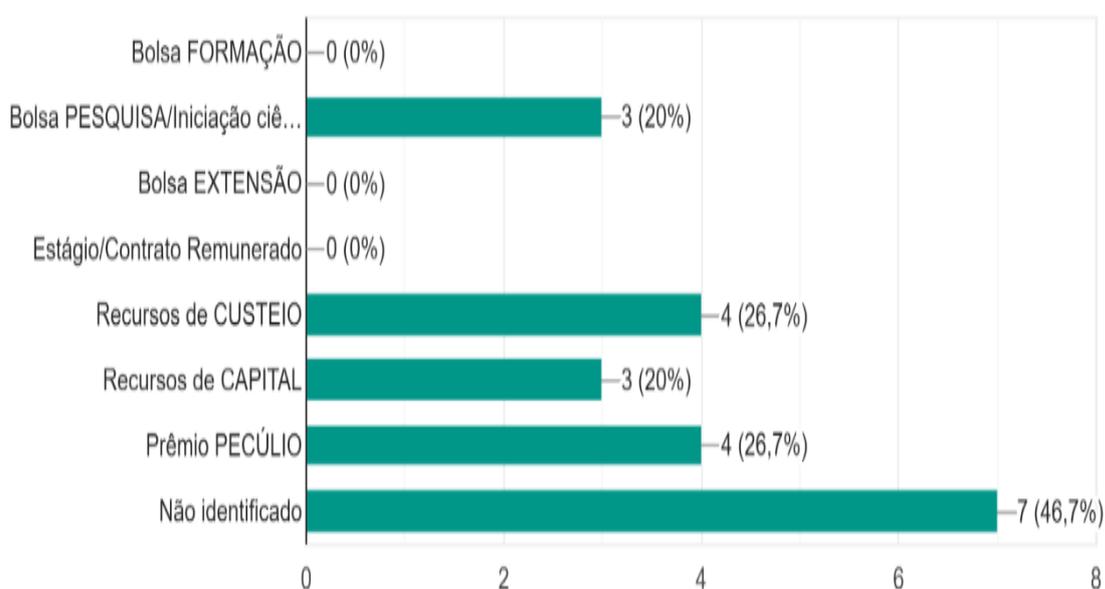
Considerando os tipos de recursos econômicos, temos (Gráfico 53):

- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificado o recurso econômico: prêmio pecúlio (dinheiro de livre utilização e sem prestação de contas);
- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificado o recurso econômico: recursos de custeio (materiais de consumo com prestação de contas);
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o recurso econômico: recursos de capital (materiais permanentes com prestação de contas);
- 03 (20%) das 15 CPN, foi identificado o recurso econômico: bolsas de pesquisa/iniciação Científica
- 07 (46,7%) das 15 CPN, não foram identificados recursos econômicos;
- Nenhum das 15 CPN, foram identificados recursos econômicos: bolsa formação, bolsa extensão e estágio/contrato remunerado.

Gráfico 53 – Tipos de recursos econômicos das CPN

Qual tipo de recursos econômicos são ofertados aos estudantes durante a CPN?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

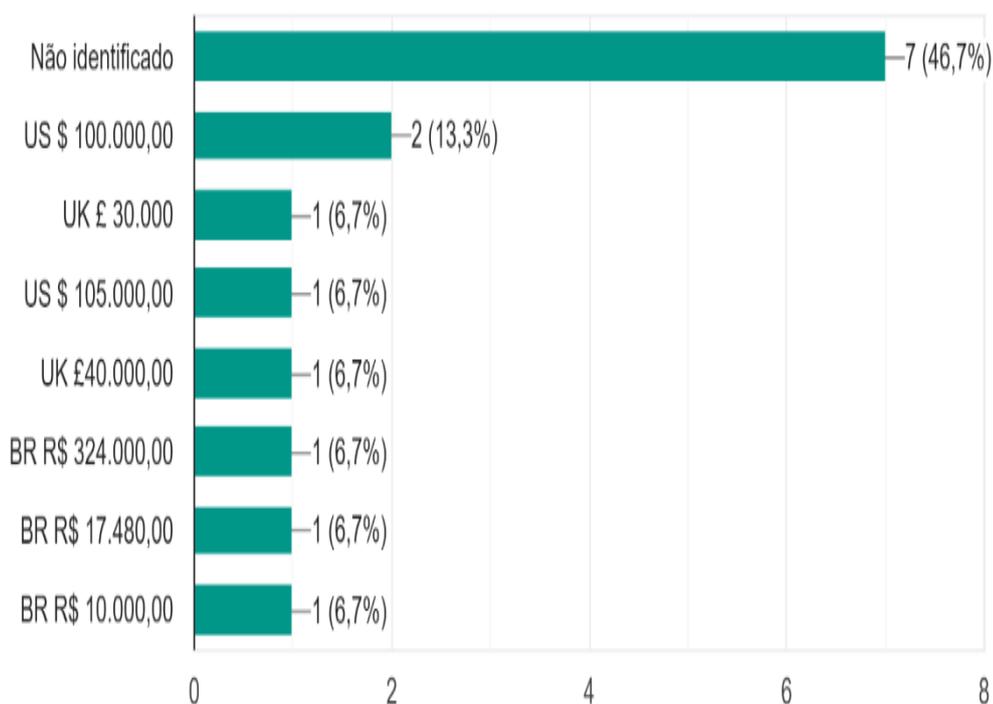
Considerando os valores dos recursos econômicos, temos (Gráfico 54):

- 02 (13,3%) das 15 CPN, foram identificados recursos no valor de US\$ 100.000,00;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foram identificados recursos no valor de US\$ 105.000,00;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foram identificados recursos no valor de UK€ 40.000,00;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foram identificados recursos no valor de UK€ 30.000,00;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foram identificados recursos no valor de R\$ 324.000,00;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foram identificados recursos no valor de R\$ 17.480,00;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foram identificados recursos no valor de R\$ 10.000,00;
- 07 (46,7%) das 15 CPN, não foi identificado o valor dos recursos econômicos;

Gráfico 54 – Valor dos recursos econômicos das CPN

Qual o valor dos recursos econômicos previstos na CPN?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

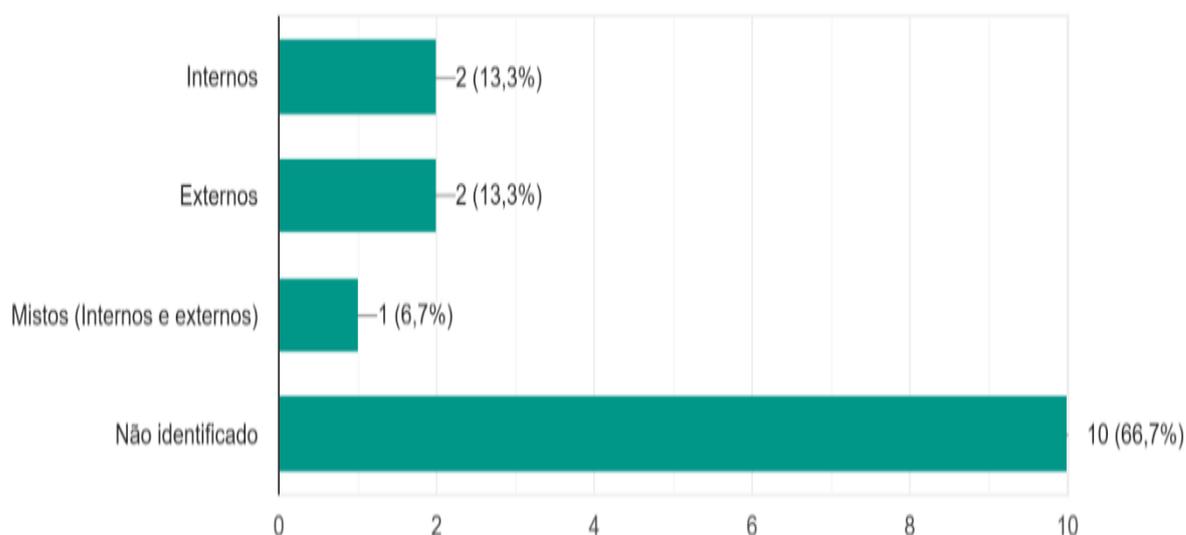
Considerando a origem dos recursos econômicos, temos (Gráfico 55):

- 02 (13,7%) das 15 CPN, foi identificada a origem interna;
- 02 (13,7%) das 15 CPN, foi identificada a origem externa;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificada a origem mista (interna + externa);
- 10 (66,7%) das 15 CPN, não foi identificada a origem dos recursos econômicos.

Gráfico 55 – Origem dos recursos econômicos das CPN

Qual a fonte (origem) dos recursos econômicos?

15 respostas



Fonte: Google Forms – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

Considerando as fontes internas e externas dos recursos econômicos, foram identificados os seguintes patrocinadores (Quadro 44): *Donald Gogel e Thomas Franco; Amazon Web Services; Bubble; HBS Association of Boston StartUp Partners; HubSpot for Startups; MixPanel; Mishcon de Reya; Cambridge Innovation Capital; Oxbridge Angels; Cambridge Academy of Therapeutic Sciences; IdeaSpace; Javelin Venture Partners; SK Inc.; GGV Capital; Fusion Fund; OVO Fund; Akamai Technologies; Morgan Lewis; Wolf, Greenfield & Sacks; Prefeitura do Município de Diadema.*

Quadro 44 – Patrocinadores: fontes de recursos econômicos

<i>Donald Gogel e Thomas Franco</i>	<i>Amazon Web Services</i>
<i>Bubble</i>	<i>HBS Association of Boston StartUp Partners</i>
<i>HubSpot for Startups</i>	<i>MixPanel</i>
<i>Mishcon de Reya</i>	<i>Cambridge Innovation Capital</i>
<i>Oxbridge Angels</i>	<i>Cambridge Academy of Therapeutic Sciences</i>
<i>IdeaSpace</i>	<i>Javelin Venture Partners</i>
<i>SK Inc.</i>	<i>GGV Capital</i>
<i>Fusion Fund</i>	<i>OVO Fund</i>
<i>Akamai Technologies</i>	<i>Morgan Lewis</i>
<i>Wolf, Greenfield & Sacks</i>	Prefeitura do Município de Diadema.

Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.3.6.2 Encaminhamentos

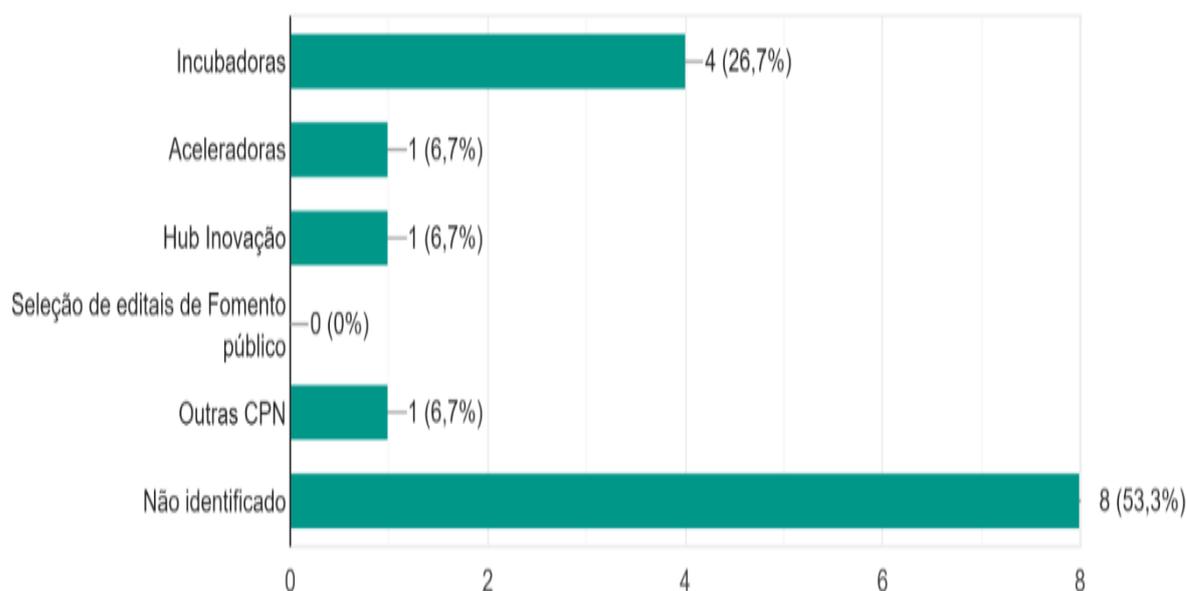
Os encaminhamentos direcionam os participantes para outros eventos ou ações de Empreendedorismo. Nesse sentido, temos (Gráfico 56):

- 04 (26,7%) das 15 CPN, foi identificado encaminhamento para incubadoras;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado encaminhamento para aceleradoras;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado encaminhamento para hub de inovação;
- 01 (6,7%) das 15 CPN, foi identificado encaminhamento para outras CPN;
- 08 (53,3%) das 15 CPN, não foram identificados encaminhamentos;
- Nenhum das 15 CPN, foi identificado encaminhamento para editais de fomento.

Gráfico 56 – Tipos de encaminhamentos das CPN

Quais ações ou eventos são encaminhados?

15 respostas



Fonte: *Google Forms* – Instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.4 Análise dos resultados das CPN

A análise a seguir foi dividida nos seguintes subitens:

(item 4.4.1) Análise das características gerais das CPN;

(item 4.4.2) Análise dos microprocessos empreendedores das CPN;

(item 4.4.3) Análise das etapas e fases das CPN da pesquisa;

(item 4.4.4) Análise comparativa estrutural: Fundamentação teórica X Pesquisa;

(item 4.4.5) Análise das fases iniciais das CPN;

(item 4.4.6) Análise das fases intermediárias das CPN;

(item 4.4.7) Análise das fases finais das CPN;

(item 4.4.8) Análise da fase Premiação das CPN.

4.4.1 Análise das características gerais das CPN

4.4.1.1 Análise do alcance interno nas IES das CPN

As Instituições de Ensino Superior (IES), no geral, têm mais de um *campus* (unidade acadêmica) na sua estrutura institucional. As CPN podem ser executadas fisicamente em apenas um *campus* (recebendo participantes de outras unidades acadêmicas) ou pode ser executada em parte ou na totalidade dos *campi*, ou seja, seu alcance pode ser em um *campus* ou nos *campi* da IES.

Nesse sentido, a maior frequência identificada foi a execução das CPN com **alcance *multicampi*** na IES (item 4.3.1.1).

4.4.1.2 Análise do estilo de composição dos eventos das CPN

As CPN podem ser realizadas em um único evento composto por várias fases ou podem ser realizadas em vários eventos terminativos e sequenciais, que compõem uma trilha formativa composta, ou seja, as CPN podem ser realizadas em um único evento ou em vários eventos.

Nesse sentido, a maior frequência identificada foi a realização das CPN em um **único evento com várias etapas** (item 4.3.1.3).

4.4.1.3 Análise dos recursos econômicos das CPN

Foi identificado entre as CPN orçamentos entre dez mil reais (R\$ 10.000,00) e cento e cinco mil dólares (US\$ 105.000,00) destinados para execução das competições (item 4.3.6.1)'.

Quanto à origem dos recursos econômicos, foram identificados vinte (20) patrocinadores **internos e externos** da IES.

Quanto ao destino dos recursos econômicos, foi identificado **prêmios em dinheiro** (fundo perdido), **recursos de custeio** (matéria de consumo), **recursos de capital** (material permanente) e **bolsas de pesquisa** e/ou iniciação científica.

4.4.1.4 Análise do vínculo dos jurados das CPN

As avaliações dos processos seletivos das CPN são realizadas por jurados convocados para função temporária de avaliação (*Ad Hoc*). Os jurados são professores, pesquisadores, empreendedores e investidores com notório saber na identificação de oportunidades de novos negócios, que são convidados que podem ter vínculo funcional ou não, com as IES organizadoras das CPN. Nesse sentido, a maior frequência foi com jurados **vínculos internos e externos** (mistos) com a IES (item 4.3.4.2).

4.4.1.5 Análise da modalidade de execução das CPN

Com a pandemia do COVID-19, muitas CPN foram suspensas ou se adaptaram para o ambiente virtual, gerando assim mudanças profundas nas dinâmicas das CPN. Essas mudanças proporcionaram a racionalização de muitas competições, ocasionando, eventos remodelados quanto a estruturas e práticas processuais mais eficientes e eficazes. Nesse sentido, a maior frequência identificada foi a execução das CPN na modalidade **híbrida (remota e presencial)**. Considerando que as CPN são eventos com várias etapas, segue as modalidades mais frequentes por fases das CPN: Pré-Inscrição, Pré-Formação, Inscrição, 1.^a Formação e 1.^a Seleção – modalidade remota; 2.^a Formação, 2.^a Seleção, 3.^a Formação, 3.^a Seleção e Premiação – modalidade híbrida (remota e presencial) (item 4.3.1.4).

4.4.1.6 Consolidação das análises das características gerais das CPN

As características gerais mais frequentes nas CPN da pesquisa, foram: Alcance *multicampi* na IES; Único evento com várias etapas; Patrocinadores internos e externos da IES; Recursos econômicos (Prêmios em dinheiro; Recursos de capital/custeio; Bolsas de formação/pesquisa); Jurados com vínculos internos e externos (mistos); Modalidade híbrida (remota e presencial), sendo: Remota nas formações iniciais e na 1.^a Seleção; Híbrida nas fases: 2.^a Formação, 2.^a Seleção, 3.^a Formação; Presenciais nas seleções finais e Premiação.

4.4.2 Análise dos microprocessos empreendedores das CPN

4.4.2.1 Análise dos microprocessos: Timmons das CPN

Considerando os microprocessos empreendedores de Timmons (item 4.3.2.1), foram identificadas congruências nas fases 1.^a Formação e 2.^a Formação (Quadro 45):

- Na fase 1.^a Formação: 3 microprocessos a seguir: (1.1) reunindo informações; (1.2) moldando sua oportunidade; (1.3) filtrando oportunidades.
- Na fase 2.^a Formação: 7 microprocessos a seguir: (2.1) líder empreendedor; (2.2) competências e habilidades; (2.3) formando e construindo equipes; (2.4) recompensas e incentivos; (3.1) recursos humanos (internos e externos); (3.2) recursos financeiros; (3.3) plano de negócios.

Quadro 45 – Microprocessos: Timmons nas formações

Timmons – fase 1.^a Formação (3 microprocessos)
(1.1) Reunindo informações; (1.2) Moldando sua oportunidade; (1.3) Filtrando oportunidades.
Timmons – fase 2.^a Formação (7 microprocessos)
(2.1) Líder empreendedor; (2.2) Competências e habilidades; (2.3) Formando e construindo equipes; (2.4) Recompensas e incentivos; (3.1) Recursos humanos (internos e externos); (3.2) Recursos financeiros; (3.3) Plano de negócios.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.2.2 Análise dos microprocessos: Baron e Shane das CPN

Considerando os microprocessos empreendedores de Baron e Shane (item 4.3.2.2), foram identificadas congruências nas fases 1.^a Formação e 2.^a Formação (Quadro 46):

- Na fase 1.^a Formação: 2 microprocessos a seguir: (1.4) protótipos de oportunidade; (3.4) apresentação do plano de negócios.
- Na fase 2.^a Formação: 12 microprocessos a seguir: (2.2) identificando regulamentos e políticas governamentais; (3.2) valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital); (3.3) plano de negócios; (3.4) apresentação do plano de negócios; (4.1) formato jurídico; (4.2) contrato empresarial; (4.5) aprendendo a vender; (4.9) Propriedade Intelectual; (5.1) construindo competências sociais; (5.2) recrutando, motivando e retendo pessoas; (6.1) valor da empresa (*Valuation*); (6.2) estratégias de saída.

Quadro 46 – Microprocessos: Baron e Shane nas formações

Baron e Shane – fase 1.^a Formação (2 microprocessos)
(1.4) Protótipos de oportunidade; (3.4) Apresentação do plano de negócios.
Baron e Shane – fase 2.^a Formação (12 microprocessos)
(2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais; (3.2) Valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital); (3.3) Plano de negócios; (3.4) Apresentação do plano de negócios; (4.1) Formato jurídico; (4.2) Contrato empresarial; (4.5) Aprendendo a vender; (4.9) Propriedade Intelectual; (5.1) Construindo competências sociais; (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas; (6.1) Valor da empresa (<i>Valuation</i>); (6.2) Estratégias de saída.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.2.3 Análise dos microprocessos: *Lean Startup* das CPN

Considerando os microprocessos empreendedores *Lean Startup* (item 4.3.2.3), foram identificadas congruências na fase 2.^a Formação (Quadro 47):

- Na fase 2.^a Formação: 9 microprocessos a seguir: (1) determine hipóteses (valor e crescimento); (2) construir um MVP; (3) avaliar o produto; (4) verificar o progresso real; (5) “Contabilidade para inovação (abordagem quantitativa)”;
- (6) “Pivotar a ideia original ou preservar?”; (7) “O que precisamos aprender?”;
- (8) “O que precisamos medir?”; (9) “Que produto precisamos desenvolver?”.

Quadro 47 – Microprocessos: *Lean Startup* nas formações

<i>Lean Startup</i> – fase 2.^a Formação (9 microprocessos)
(1) Determine hipóteses (valor e crescimento);
(2) Construir um MVP;
(3) Avaliar o produto;
(4) Verificar o progresso real;
(5) “Contabilidade para inovação (abordagem quantitativa)”;
(6) “Pivotar a ideia original ou preservar?”;
(7) “O que precisamos aprender?”;
(8) “O que precisamos medir?”;
(9) “Que produto precisamos desenvolver?”.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.2.4 Análise dos microprocessos: *Design Thinking* das CPN

Considerando os microprocessos empreendedores *Design Thinking* (item 4.3.2.4), foram identificadas congruências nas fases 1.^a Formação, 2.^a Formação e 3.^a Formação (Quadro 48):

- Na fase 1.^a Formação: 9 microprocessos a seguir: (6) trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*; (7) desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário; (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências; (9) amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias; (10) implemente um protótipo improvável para a criatividade voar; (11) determine a visão da ideia com um protótipo da visão; (12.1) protótipo funcional; (12.2) protótipo finalizado; (12.3) protótipo final;

- Na fase 2.^a Formação: 9 microprocessos a seguir: (1) encontre um desafio; (2) *Briefing*; (3) “Para quem?”; (4) “O quê? Por quê? Como?”; (5) formule a pergunta; (6) trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*; (7) desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário; (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências; (9) amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias;
- Na fase 3.^a formação: 1 microprocesso: (9) amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias.

Quadro 48 – Microprocessos: *Design Thinking* nas formações

<i>Design Thinking - 1.^a Formação (9 microprocessos)</i>	
(6) Trabalhe ideias iniciais em um <i>brainstorming</i> ; (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário; (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências; (9) Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias; (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar; (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão; (12.1) Protótipo funcional; (12.2) Protótipo finalizado; (12.3) Protótipo final.	
2.^a Formação (9 microprocessos)	3.^a Formação (1 microprocesso)
(1) Encontre um desafio; (2) <i>Briefing</i> ; (3) “Para quem?”; (4) “O quê? Por quê? Como?”; (5) Formule a pergunta; (6) Trabalhe ideias iniciais em um <i>brainstorming</i> ; (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário; (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências; (9) Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias.	(9) Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.2.5 Análise dos microprocessos: *Testing Business Ideas* das CPN

Considerando os microprocessos empreendedores *Testing Business Ideas* (item 4.3.2.5), foram identificadas congruências nas fases Pré-Formação, 1.^a Formação, 2.^a Formação e 3.^a Formação (Quadro 49):

- Na fase Pré-Formação: 6 microprocessos a seguir: (1.1.1) *design* da equipe; (1.1.2) comportamento da equipe; (1.1.3) ambiente de equipe; (1.2.1) idear; (1.2.2) protótipo de negócios; (1.2.3) avaliar;
- Na fase 1.^a Formação: 15 microprocessos a seguir: (1.2.1) idear; (1.2.2) protótipo de negócios; (1.2.3) avaliar; (2.1.1) de desejo ou conveniente; (2.1.2) de praticabilidade; (2.1.3) de viabilidade; (2.2.1) crie o experimento; (2.2.2) execute o experimento (uso do cartão de teste); (2.3.1) analise as evidências; (2.3.2) obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem); (3.2.1) exploração; (3.2.2) análise de dados; (3.2.3) descoberta de interesse; (3.2.4) protótipo de discussão; (3.2.5) descoberta de preferência & priorização.
- Na fase 2.^a Formação: 18 microprocessos a seguir: (1.1.1) *design* da equipe; (1.1.2) comportamento da equipe; (1.1.3) ambiente de equipe; (1.2.1) idear; (1.2.2) protótipo de negócios; (1.2.3) avaliar; (2.1.1) de desejo ou conveniente; (2.1.2) de praticabilidade; (2.1.3) de viabilidade; (2.2.1) crie o experimento; (2.2.2) execute o experimento (uso do cartão de teste); (2.3.1) analise as evidências; (2.3.2) obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem); (3.2.1) exploração; (3.2.2) análise de dados; (3.2.3) descoberta de interesse; (3.2.4) protótipo de discussão; (3.2.5) descoberta de preferência & priorização;
- Na fase 3.^a formação: 1 microprocesso: (4.3) organize para os experimentos.

Quadro 49 – Microprocessos: *Testing Business Ideas* nas

Pré-Formação (6 microprocessos)	1.ª Formação (15 microprocessos)
(1.1.1) <i>Design</i> da equipe; (1.1.2) Comportamento da equipe; (1.1.3) Ambiente de equipe; (1.2.1) Idear; (1.2.2) Protótipo de negócios; (1.2.3) Avaliar.	(1.2.1) Idear; (1.2.2) Protótipo de negócios; (1.2.3) Avaliar; (2.1.1) de desejo ou conveniente; (2.1.2) de praticabilidade; (2.1.3) de viabilidade; (2.2.1) Crie o experimento; (2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de teste); (2.3.1) Analise as evidências; (2.3.2) Obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem); (3.2.1) Exploração; (3.2.2) Análise de dados; (3.2.3) Descoberta de interesse; (3.2.4) Protótipo de discussão; (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização.
2.ª Formação (18 microprocessos)	3.ª formação (1 microprocesso)
(1.1.1) <i>Design</i> da equipe; (1.1.2) Comportamento da equipe; (1.1.3) Ambiente de equipe; (1.2.1) Idear; (1.2.2) Protótipo de negócios; (1.2.3) Avaliar; (2.1.1) de desejo ou conveniente; (2.1.2) de praticabilidade; (2.1.3) de viabilidade; (2.2.1) Crie o experimento; (2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de teste); (2.3.1) Analise as evidências; (2.3.2) Obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem); (3.2.1) Exploração; (3.2.2) Análise de dados; (3.2.3) Descoberta de interesse; (3.2.4) Protótipo de discussão; (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização.	(4.3) Organize para os experimentos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.2.6 Consolidação das análises dos microprocessos das CPN

Considerando o item 2.3.2 - Tratamento de dados – Processo Empreendedor da fundamentação teórica, onde foram identificadas as congruências entre as microcompetências empreendedoras do modelo ampliado de Competências Empreendedoras da European Commission/McClelland e os processos empreendedores (Quadro 35), no qual foram transcritos a seguir:

- **Em 46 (100%) das 46 microcompetências do modelo EC/Mc, apresentaram congruências em 10 das 10 microfases de Timmons;**
- Em 25 (54%) das 46 microcompetências do modelo EC/Mc, apresentaram congruências em 24 das 24 fases de Baron e Shane;
- Em 25 (54%) das 46 microcompetências do modelo EC/Mc apresentaram congruências em 09 das 09 fases do *Lean Startup*;
- Em 14 (30%) das 46 microcompetências do modelo EC/Mc, apresentaram congruências em 15 das 15 fases do *Design Thinking*;
- Em 25 (54%) das 46 microcompetências do modelo EC/Mc, apresentaram congruências com 35 das 35 fases do *Testing Business Ideas*.

Considerando as análises dos microprocessos empreendedores da pesquisa:

Análise dos microprocessos: Timmons das CPN (item 4.4.2.1);

Análise dos microprocessos: *Lean Startup* das CPN (item 4.4.2.3);

Análise dos microprocessos: Baron e Shane das CPN (item 4.4.2.2);

Análise dos microprocessos: *Design Thinking* das CPN (item 4.4.2.4);

Análise dos microprocessos: *Testing Business Ideas* das CPN (item 4.4.2.5).

Foi construído para consolidação das referidas análises, o Apêndice L, que após compilação, tratamento e observação exploratória comparativa, a análise sugere que seguir (Quadro 50)(Quadro 51):

- Em 10 (100%) dos 10 microprocessos de Timmons, foram identificadas congruências em 02 (13,3%) das 15 CPN da pesquisa;
- Em 13 (54,2%) dos 24 microprocessos de Baron e Shane, foram identificadas congruências 03 (20%) das 15 CPN da pesquisa;

- Em 09 (100%) dos 09 microprocessos do *Lean Startup*, foram identificadas congruências em 03 (20%) das 15 CPN da pesquisa;
- Em 15 (100%) dos 15 microprocessos do *Design Thinking*, foram identificadas congruências em 03 (20%) das 15 CPN da pesquisa;
- **Em 20 (57,1%) dos 35 microprocessos do *Testing Business Ideas*, foram identificadas congruências em 05 (33,3%) das 15 CPN da pesquisa.**

Na consolidação das análises dos microprocessos empreendedores das CPN da pesquisa, a análise sugere as maiores congruências e frequências entre os Processos Empreendedores para as CPN: Processo Empreendedor de Timmons; Processo Empreendedor do *Testing Business Ideas*.

Quadro 50 – Comparativo microprocessos congruentes da pesquisa

Timmons	Baron e Shane	Lean Startup	Design Thinking	Testing Business Ideas
Formações				
Pré-Formação (zero microprocessos)	Pré-Formação (zero microprocessos)	Pré-Formação (zero microprocessos)	Pré-Formação (zero microprocessos)	Pré-Formação (6 microprocessos)
				(1.1.1) <i>Design</i> da equipe; (1.1.2) Comportamento da equipe; (1.1.3) Ambiente de equipe; (1.2.1) Idear; (1.2.2) Protótipo de negócios; (1.2.3) Avaliar.
1.ª Formação (3 microprocessos)	1.ª Formação (2 microprocessos)	1.ª Formação (zero microprocessos)	1.ª Formação (9 microprocessos)	1.ª Formação (15 microprocessos)
(1.1) Reunindo informações; (1.2) Moldando sua oportunidade; (1.3) Filtrando oportunidades.	(1.4) Protótipos de oportunidade; (3.4) Apresentação do plano de negócios.		(6) Trabalhe ideias iniciais em um <i>brainstorming</i> ; (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário; (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências; (9) Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias; (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar; (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão; (12.1) Protótipo funcional; (12.2) Protótipo finalizado; (12.3) Protótipo final.	(1.2.1) Idear; (1.2.2) Protótipo de negócios; (1.2.3) Avaliar; (2.1.1) de desejo ou conveniente; (2.1.2) de praticabilidade; (2.1.3) de viabilidade; (2.2.1) Crie o experimento; (2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de teste); (2.3.1) Analise as evidências; (2.3.2) Obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem); (3.2.1) Exploração; (3.2.2) Análise de dados; (3.2.3) Descoberta de interesse; (3.2.4) Protótipo de discussão; (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização.
2.ª Formação (7 microprocessos)	2.ª Formação (12 microprocessos)	2.ª Formação (9 microprocessos)	2.ª Formação (9 microprocessos)	2.ª Formação (18 microprocessos)
(2.1) Líder empreendedor; (2.2) Competências e habilidades; (2.3) Formando e construindo equipes; (2.4) Recompensas e incentivos; (3.1) Recursos humanos (internos e externos); (3.2) Recursos financeiros; (3.3) Plano de negócios.	(2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais; (3.2) Valor de financiamento (balançetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital); (3.3) Plano de negócios; (3.4) Apresentação do plano de negócios; (4.1) Formato jurídico; (4.2) Contrato empresarial; (4.5) Aprendendo a vender; (4.9) Propriedade Intelectual; (5.1) Construindo competências sociais; (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas; (6.1) Valor da empresa (<i>Valuation</i>); (6.2) Estratégias de saída.	(1) Determine hipóteses (valor e crescimento); (2) Construir um MVP; (3) Avaliar o produto; (4) Verificar o progresso real; (5) "Contabilidade para inovação (abordagem quantitativa)"; (6) "Pivotar a ideia original ou preservar?"; (7) "O que precisamos aprender?"; (8) "O que precisamos medir?"; (9) "Que produto precisamos desenvolver?".	(1) Encontre um desafio; (2) <i>Briefing</i> ; (3) "Para quem?"; (4) "O quê? Por quê? Como?"; (5) Formule a pergunta; (6) Trabalhe ideias iniciais em um <i>brainstorming</i> ; (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário; (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências; (9) Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias.	(1.1.1) <i>Design</i> da equipe; (1.1.2) Comportamento da equipe; (1.1.3) Ambiente de equipe; (1.2.1) Idear; (1.2.2) Protótipo de negócios; (1.2.3) Avaliar; (2.1.1) de desejo ou conveniente; (2.1.2) de praticabilidade; (2.1.3) de viabilidade; (2.2.1) Crie o experimento; (2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de teste); (2.3.1) Analise as evidências; (2.3.2) Obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem); (3.2.1) Exploração; (3.2.2) Análise de dados; (3.2.3) Descoberta de interesse; (3.2.4) Protótipo de discussão; (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização.
3.ª formação (zero microprocessos)	3.ª formação (zero microprocessos)	3.ª formação (zero microprocessos)	3.ª formação (1 microprocesso)	3.ª formação (1 microprocesso)
			(9) Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias.	(4.3) Organize para os experimentos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Quadro 51 – Resultados microprocessos Fundamentação teórica X Pesquisa

Timmons	Baron e Shane	Lean Startup	Design Thinking	Testing Business Ideas
European Commission/McClelland (EC/Mc)				
46 (100%) das 46 microcompetências	25 (54%) das 46 microcompetências	25 (54%) das 46 microcompetências	14 (30%) das 46 microcompetências	25 (54%) das 46 microcompetências
15 CPN da pesquisa				
10 (100%) dos 10 microprocessos 02 (13,3%) das 15 CPN;	13 (54,2%) dos 24 microprocessos 03 (20%) das 15 CPN;	09 (100%) dos 09 microprocessos 03 (20%) das 15 CPN	15 (100%) dos 15 microprocessos 03 (20%) das 15 CPN	20 (57,1%) dos 35 microprocessos 05 (33,3%) das 15 CPN

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4.4.3 Análise das etapas e fases das CPN da pesquisa

A compilação, tratamento dos dados e a análise exploratória comparativa entre as etapas e fases das 15 Competições de Planos de Negócios (CPN) da pesquisa, ocorreram através do Apêndice M. Nesse sentido, a análise sugere o mapeamento estrutural com as fases mais frequentes (Quadro 52):

- Inscrições, com frequência em 15 (100%) das 15 CPN, sendo:
 - 05 (33,3%) das 15 CPN, apresentaram uma Pré-Inscrição;
 - 15 (100%) das 15 CPN, apresentaram uma Inscrição.
- Formações iniciais, com frequência em 09 (60%) das 15 CPN, sendo:
 - 05 (33,3%) das 15 CPN, ofereceram uma Pré-Formação;
 - 06 (40%) das 15 CPN, ofereceram uma 1.ª Formação.
- 1.ª Seleção, com frequência em 15 (100%) das 15 CPN.
- 2.ª Formação, com frequência em 06 (40%) das 15 CPN, sendo:
 - 06 (40%) das 15 CPN, ofereceram uma 2.ª Formação;

- 2.ª Seleção, com frequência em 07 (46,7%) das 15 CPN;
- 3.ª formação, com frequência em 03 (20%) das 15 CPN, sendo:
 - 03 (20%) das 15 CPN, ofereceram uma 3.ª formação;
 - Nenhuma das 15 CPN, ofereceram uma 4.ª formação;
 - 02 (13,3%) das 15 CPN, não ofereceram qualquer formação;
- Seleções finais, com frequência em 15 (100%) das 15 CPN, sendo:
 - 05 das 1.ªs seleções também foram seleções finais;
 - 03 das 2.ªs seleções, também foram seleções finais;
 - 06 das 3.ªs seleções, também foram seleções finais;
 - 01 (uma) 4.ª seleção, também foi seleção final.
- Premiação, com frequência em 15 (100%) das 15 CPN, onde:
 - 07 (46,7%) das 15 CPN, ofereceram algum tipo de encaminhamento.

Quadro 52 – Mapeamento estrutural: CPN da pesquisa

	Legenda														
	Pré-Inscrição (optativa)	Pré-Formação	1.ª Formação	Inscrição	1.ª Seleção	2.ª Formação	2.ª Seleção	3.ª Formação	3.ª Seleção	4.ª Formação	4.ª Seleção	Seleção final	Premiação	Encaminhamento	
	15	5	5	6	15	6	10	3	7	0	1	15	15	7	
	100%	33,3%	33,3%	40%	100%	40%	66,7%	20%	46,7%	0%	6,7%	100%	100%	46,7%	
University of Oxford			1	1	1		1		1		1	1	1	1	
Harvard University	1	1	1	1	1		1		1			1	1	1	
University of Cambridge	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	
Stanford University			1	1	1	1	1	1	1			1	1		
Massachusetts Institute of Technology (MIT)				1	1	1	1	1	1			1	1		
University of São Paulo (USP)			1	1	1							1	1	1	
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)				1	1	1	1					1	1		
Universidade Federal do Ceará (UFC)				1	1	1	1		1			1	1	1	
Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)	1	1		1	1							1	1		
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)				1	1	1	1					1	1		
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)			1	1	1		1					1	1		
Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)	1	1		1	1							1	1	1	
Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)	1	1		1	1							1	1	1	
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)				1	1							1	1	1	
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)				1	1		1		1			1	1		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa estruturado (2023)

4.4.4 Análise comparativa estrutural: Fundamentação teórica X Pesquisa

É importante destacar que as CPN da fundamentação teórica foram realizadas antes da pandemia e as CPN da pesquisa ocorreram durante ou após a pandemia do COVID-19. Nesse sentido, seguem os achados após observação comparação entre o mapeamento estrutural das CPN da fundamentação teórica (Quadro 37) e o mapeamento estrutural das CPN da pesquisa (Quadro 52), com os seguintes resultados (Quadro 53):

- Nas fases inscrições: apresentaram aumento na frequência de 94% para 100%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.
- Nas fases formações iniciais: apresentaram aumento na frequência de 37,5% para 60%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.
- Na fase 1.^a Seleção: apresentaram a mesma frequência de 100%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.
- Na fase 2.^a Formação: apresentaram redução na frequência de 94% para 40%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.
- Na fase 2.^a Seleção: apresentaram redução na frequência de 50% para 46,7%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.
- Na fase 3.^a Formação: apresentaram redução na frequência de 25% para 20%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.
- Na fase Seleção final: apresentaram um aumento na frequência de 94% para 100%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.
- Na fase Premiação: apresentaram aumento na frequência de 88% para 100%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica; Os encaminhamentos: apresentaram um aumento na frequência de 25% para 46,7%, em comparação com as CPN da fundamentação teórica.

Entre os achados descritos destacam-se:

- aumento da frequência das formações iniciais nas CPN da pesquisa;
- redução da frequência da 2.^a Formação nas CPN da pesquisa;
- aumento da frequência na Premiação nas CPN da pesquisa;
- aumento da frequência nos encaminhamentos nas CPN da pesquisa.

Quadro 53 – Comparação estrutural CPN: Fundamentação teórica X Pesquisa

Etapa/Fase	CPN da fundamentação teórica		CPN da pesquisa	
Inscrições	15 das 16 CPN	94%	100%	15 das 15 CPN
Formações iniciais	06 das 16 CPN	37,5%	60%	09 das 15 CPN
1. ^a Seleção	16 das 16 CPN	100%	100%	15 das 15 CPN
2. ^a Formação	15 das 16 CPN	94%	40%	06 das 15 CPN
2. ^a Seleção	08 das 16 CPN	50%	46,7%	07 das 15 CPN
3. ^a Formação	04 das 16 CPN	25%	20%	03 das 15 CPN
Seleção final	15 das 16 CPN	94%	100%	15 das 15 CPN
Premiação	14 das 16 CPN	88%	100%	15 das 15 CPN
Encaminhamento	04 das 16 CPN	25%	46,7%	07 das 15 CPN

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4.4.5 Análise das fases iniciais das CPN

São considerados como fases iniciais, as seguintes fases: Pré-Inscrição; Pré-Formação; 1.^a Formação; Inscrição e 1.^a Seleção.

4.4.5.1 Análise das fases Pré-Inscrição e Inscrição das CPN

A inscrição é a forma adotada pelas CPN na realização do processo seletivo dos estudantes participantes das competições. Nesse sentido, as maiores frequências foram a execução de duas fases: Pré-Inscrição (optativa antes da fase 1.^a Formação) e a Inscrição (antes da fase 1.^a Seleção). Nesse sentido, foi observado a partir do item 4.3.3: as formas de inscrição; a quantidade e o vínculo dos membros; o vínculo dos orientadores; e os documentos solicitados na inscrição.

Quanto às formas de inscrição (item 4.3.3.1): as inscrições das CPN ocorrem individualmente e por equipes. Nesse sentido as maiores frequência foram inscrições individuais na fase Pré-Inscrição e por equipe na fase Inscrição.

Todas as CPN que apresentam a fase Pré-Inscrição, apresentam a fase 1.^a Formação e a fase Inscrição (antes da fase 1.^a Seleção).

Quanto a quantidade dos membros das equipes (item 4.3.3.2.1): na fase Inscrição (após a fase 1.^a Formação), a quantidade de membros participantes por

equipe sugere a possibilidade de geração de impactos na dinâmica das CPN e no desenvolvimento das ideias durante a participação dos membros nas CPN. Nesse sentido, a maior frequência quanto a quantidade de membros por equipe foi o mínimo de dois membros por equipe. Em relação à quantidade máxima não foi possível determinar uma frequência.

Quanto ao vínculo dos membros nas inscrições (item 4.3.3.2.2): a pesquisa investigou apenas CPN onde existe a exigência de inscrição de pelo menos um membro estudante matriculado na IES organizadora da competição de planos de negócios. Nesse sentido, foi investigado a forma do vínculo dos outros membros das equipes, sendo identificadas frequências de estudantes externos à IES, de professor, de técnicos da IES e de estudantes egressos (sem matrícula ativa).

Quanto ao vínculo dos orientadores nas inscrições (item 4.3.3.3.1): a orientação e/ou mentoria no acompanhamento dos participantes nas CPN é um fator relevante de sucesso na formação e desempenho das equipes nas competições. Nesse sentido, a maior frequência identificada foi de professores orientadores das equipes com vínculo com a IES organizadora das CPN.

Quanto aos documentos solicitados (item 4.3.3.4): os documentos solicitados na fase Inscrição foram utilizados na avaliação da fase 1.^a Seleção. Nesse sentido, segue a frequência dos documentos solicitados na fase Inscrição (Quadro 54): (15) “Ideia do negócio”; (06) Vídeo *Pitch* (apresentação); (03) *Slides* de apresentação; (01) *Canvas* (BMC); (01) Perfil da equipe; (01) Vídeo protótipo; (01) Perfil empreendedor.

Quadro 54 – Documentos solicitados na fase Inscrição

Fase Inscrição – documentos solicitados
(15) “Ideia do negócio”;
(06) Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação);
(03) <i>Slides</i> de apresentação;
(01) <i>Canvas</i> (BMC);
(01) Perfil da equipe;
(01) Vídeo protótipo;
(01) Perfil empreendedor.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.5.2 Análise das formações iniciais das CPN

Considerando que a síntese dos autores da fundamentação teórica sugere que (Figura 18): os empreendedores podem ser formados a partir de uma Aprendizagem Empreendedora que busca desenvolver Competências Empreendedoras mediante um Processo Empreendedor ensinável, prático e vivencial, formando, assim, empreendedores visionários, criativos, organizados, capazes de identificar oportunidades, de criar, implementar e gerenciar negócios inovadores.

A síntese acima, sugere que: o conteúdo programático e as tarefas dos cursos executadas nas CPN contribuem na identificação das práticas formativas mais frequentes.

Desta forma, a observação exploratória sugere que as fases iniciais (Pré-Formação e 1.^a Formação) colaboram na formação das equipes, na identificação de ideias/oportunidades e na escrita da proposta para a fase Inscrição (avaliada na fase 1.^a Seleção).

Nesse sentido, na busca das práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as CPN, foram observados no: o nome dos cursos (conteúdo programático); as tarefas solicitadas nos cursos.

Quanto aos nomes dos cursos nas formações iniciais (item 4.3.5.1.1 e item 4.3.5.1.2): considerando a quantidade e os nomes dos cursos na fase Pré-Formação e na fase 1.^a Formação, após observação exploratória comparativa, a análise sugere o seguinte conteúdo programático aplicado nos cursos (Quadro 55):

- 5 cursos (Pré-Formação) – conteúdo programático sugerido: (a) identificação de oportunidades; (b) escrita inicial de um plano de negócio; (c) modelagem *Canvas* (BMC); (d) sustentabilidade econômica;
- 10 cursos (1.^a Formação) – conteúdo programático sugerido: (a) identificação de oportunidades. (b) escrita inicial de um plano de negócio; (c) modelagem *Canvas* (BMC); (e) proposta de valor (BMC); (f) análise mercadológica; (g) prototipação e MVP e (h) apresentação *Pitch*.

Quadro 55 – Conteúdo programático sugerido (cursos) nas fases iniciais

Pré-Formação (5 cursos)	1.ª Formação (10 cursos)	Total das frequências
(a) identificação de oportunidades;	(a) identificação de oportunidades;	02
(b) escrita inicial de um plano de negócio;	(b) escrita inicial de um plano de negócio;	02
(c) modelagem <i>Canvas</i> (BMC);	(c) modelagem <i>Canvas</i> (BMC)	02
(d) sustentabilidade econômica.		01
	(e) proposta de valor (BMC);	01
	(f) análise mercadológica;	01
	(g) prototipação e MVP;	01
	(h) apresentação <i>Pitch</i> .	01

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Quanto as tarefas solicitadas nos cursos (item 4.3.5.3.1 e item 4.3.5.3.2): considerando as tarefas solicitadas nos cursos na fase Pré-Formação e na fase 1.ª Formação, segue os nomes mais frequentes (Quadro 56):

- 3 tarefas (Pré-Formação) com as seguintes frequências e nomes: (03) “ideia de negócio”; (01) *slides* de apresentação; (01) *Canvas* (BMC);
- 9 tarefas (1.ª Formação) com as seguintes frequências e nomes: (05) “ideia de negócio”; (05) *slides* de apresentação; (03) *Canvas* (BMC); (02) *persona*; (02) proposta de valor (BMC); (02) vídeo *Pitch* (apresentação gravada); (01) mapa de empatia; (01) viabilidade econômica; (01) protótipo.

Quadro 56 – Tarefas solicitadas nas formações iniciais

Tarefas solicitadas		
Pré-Formação (3 tarefas)	1.ª Formação (09 tarefas)	Total das frequências
(03) “ideia de negócio”;	(05) “ideia de negócio”;	08
(01) <i>Slides</i> de apresentação;	(05) <i>Slides</i> de apresentação;	06
(01) <i>Canvas</i> (BMC);	(03) <i>Canvas</i> (BMC);	04
	(02) <i>Persona</i> ;	02
	(02) Proposta de valor (BMC);	02
	(02) Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada);	02
	(01) mapa de empatia;	01
	(01) viabilidade econômica;	01
	(01) protótipo.	01

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.5.3 Análise da fase 1.^a Seleção das CPN

Diferentemente dos eventos competitivos curtos (*ideathon, hackathon, startup Day, Pitch Day*), as CPN têm várias fases seletivas intercaladas com fases de formação. Nesse sentido, segue a análise da fase 1.^a Seleção.

Quanto ao acesso (item 4.3.4.1.1): dependendo da fase da seleção das CPN, as mesmas podem ser realizadas com acesso sem restrição de acesso público ou em acesso restrito. As seleções com acesso restrito ocorrem geralmente em seleções iniciais com muitos candidatos. As seleções públicas ocorrem em seleções iniciais com poucos candidatos (exemplo: CPN em congressos, jornadas e seminários). Nesse sentido, quanto à acessibilidade na fase 1.^a Seleção, a maior frequência foi com acesso restrito.

Quanto aos documentos avaliados (Item 4.3.3.4): na fase 1.^a Seleção, os documentos avaliados sofrem variações por conta existência das formações iniciais e dos documentos solicitados na fase Inscrição. Nesse sentido, considerando que os documentos avaliados na fase 1.^a Seleção, temos as frequências dos seguintes documentos avaliados (Quadro 57): (15) ideia de negócio; (07) *Slides* de apresentação; (07) Apresentação em tempo real (*Pitch*); (05) *Vídeo Pitch* (apresentação gravada); (03) *Canvas* (BMC); (05) proposta de valor (BMC); (01) Viabilidade econômica; (01) MVP; (01) projeto de pesquisa; (01) protótipo; (01) vídeo protótipo; (01) perfil empreendedor; (01) gestão – equipe, parcerias e recursos.

Quadro 57 – Documentos avaliados na fase 1.^a Seleção

Fase 1. ^a Seleção – documentos avaliados
(15) ideia de negócio;
(07) <i>Slides</i> de apresentação
(07) Apresentação em tempo real (<i>Pitch</i>);
(05) <i>Vídeo Pitch</i> (apresentação gravada);
(03) <i>Canvas</i> (BMC);
(03) Proposta de valor (BMC);
(01) Viabilidade econômica;
(01) MVP;
(01) Projeto de pesquisa;
(01) Protótipo;
(01) Vídeo protótipo;
(01) Perfil empreendedor;
(01) Gestão – equipe, parcerias e recursos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Quanto a modalidade das apresentações (item 4.3.4.3.1): as seleções das CPN, a apresentação *Pitch* é a principal forma de defesa das ideias de negócios em avaliação.

Com a COVID-19, muitos eventos adaptaram a modalidade das apresentações *Pitch* para o ambiente virtual (remoto), gerando assim mudanças nas dinâmicas das CPN.

Nesse sentido, a maior frequência na fase 1.^a Seleção foi apresentações remotas (em tempo real ou gravadas).

Quanto aos critérios de avaliação (item 4.3.4.5.1): na 1.^a Seleção, os critérios de avaliação na fase sofrem variações por conta existência das formações iniciais e dos documentos solicitados na fase Inscrição. Nesse sentido, considerando que os critérios de avaliações na fase 1.^a Seleção, temos as frequências dos seguintes critérios de avaliação (Quadro 58): (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (09) Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço); (09) Potencial de inovação (gerar mercado); (08) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado); (06) Sustentabilidade financeira; (08) Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário); (05) Originalidade da ideia de negócio; (05) Potencial e escalabilidade do negócio; (05) Sustentabilidade social; (04) Vantagem competitiva sustentável; (04) Potencial de crescimento do negócio; (03) Análise ambiental (concorrência); (03) Potencial de monetização/comercialização; (03) Sustentabilidade ambiental e *Canvas* (BMC); (02) Dor do cliente; (02) Estratégia de Marketing; (02) *Roadmap* (etapas de desenvolvimento, caminho crítico); (02) Viabilidade técnica; (01) Avaliação/mitigação dos riscos, (01) percepção do avaliador (subjetivo), (01) proteção Propriedade Intelectual, (01) membros mulheres, (01) usabilidade, (01) viabilidade e (01) ordem de inscrição.

Quadro 58 – Critérios de avaliação na fase 1.^a Seleção

Fase 1.^a Seleção – critérios de avaliação
(10) Equipe (capacidade de administrar e implementar);
(09) Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço);
(09) Potencial de inovação (gerar mercado);
(08) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado);
(06) Sustentabilidade financeira;
(06) Apresentação <i>Pitch</i> (linguagem corporal, aparência e vestuário);
(05) Originalidade da ideia de negócio;
(05) Potencial e escalabilidade do negócio;
(05) Sustentabilidade social;
(04) Vantagem competitiva sustentável;
(04) Potencial de crescimento do negócio;
(03) Análise ambiental (concorrência);
(03) Potencial de monetização/comercialização;
(03) Sustentabilidade ambiental
(03) <i>Canvas</i> (BMC);
(02) Dor do cliente,
(02) Estratégia de Marketing,
(02) <i>Roadmap</i> (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)
(02) Viabilidade técnica;
(01) Avaliação/mitigação dos riscos,
(01) Percepção do avaliador (subjetivo),
(01) Proteção Propriedade Intelectual,
(01) Membros mulheres,
(01) Usabilidade,
(01) Viabilidade
(01) Ordem de inscrição.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.5.4 Consolidação das fases iniciais das CPN

Após observação exploratória, a análise sugere as congruências e as frequências das similaridades entre os documentos solicitados na fase Inscrição (Quadro 54), as tarefas solicitadas na Pré-Formação/1.^a Formação (Quadro 56) e os documentos avaliados na fase 1.^a Seleção (Quadro 57), identificados a seguir (Quadro 59):

- ✓ (38) “ideia de negócio”;
- ✓ (16) *slides* de apresentação;

- ✓ (13) vídeo *Pitch* (apresentação gravada);
- ✓ (08) *Canvas*;
- ✓ (07) apresentações *Pitch* (tempo real);
- ✓ (05) proposta de valor;
- ✓ (02) Gestão – equipe, parcerias e recursos;
- ✓ (02) vídeo protótipo; (02) protótipo;
- ✓ (02) perfil empreendedor;
- ✓ (02) viabilidade econômica;
- ✓ (02) *persona*;
- ✓ (01) MVP;
- ✓ (01) projeto de pesquisa;
- ✓ (01) mapa de empatia.

Quadro 59 – Congruências: documentos e tarefas (fases iniciais)

Documentos e tarefas: fases iniciais	Documentos solicitados: fase Inscrição	Tarefas solicitadas: Formações iniciais	Documentos avaliados: 1.ª Seleção	Frequência
ideia de negócio;	(15)	(08)	(15)	38
<i>Slides</i> de apresentação (<i>Pitch</i>);	(03)	(06)	(07)	16
Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada);	(06)	(02)	(05)	13
<i>Canvas</i>	(01)	(04)	(03)	08
Apresentação em tempo real (<i>Pitch</i>);			(07)	07
Proposta de valor;		(02)	(03)	05
Gestão – equipe, parcerias e recursos	(01)		(01)	02
Vídeo protótipo;	(01)		(01)	02
Perfil empreendedor;	(01)		(01)	02
Protótipo		(01)	(01)	02
Viabilidade econômica;		(01)	(01)	02
<i>Persona</i> ;		(02)		02
MVP;			(01)	01
Projeto de pesquisa			(01)	01
Mapa de empatia;		(01)		01

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Após observação exploratória, a análise sugere as congruências e as frequências das similaridades entre os critérios de avaliação (CA1S) na fase 1.^a Seleção (Quadro 58) e as congruências dos documentos e tarefas (D&T1S) das fases iniciais (Quadro 59), identificados a seguir (Quadro 60):

- (52) – CA1S: (09) [renomeado]Coerência entre dor e remédios [atende uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) originalidade da ideia de negócio; D&T1S: (38) ideia de negócio;
- (42) – CA1S: (06) Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário) e [inserção]tempo da gravação (entre 3 e 5 minutos); D&T1S: (16) Slides de apresentação (Pitch); (13) Vídeo Pitch (apresentação gravada) e/ou (07) apresentação em tempo real (Pitch);
- (21) – CA1S: (06) Sustentabilidade financeira; (05) potencial e escalabilidade do negócio; (04) potencial de crescimento do negócio; (03) potencial de monetização/comercialização; (01) viabilidade; D&T1S: (02) Viabilidade econômica;
- (16) – CA1S: (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (02) viabilidade técnica; D&T1S: (02) Gestão – equipe, parcerias e recursos; (02) Perfil empreendedor;
- (16) – CA1S: (03) Canvas e (02) Dor do cliente; D&T1S: (08) Canvas e Proposta de valor; (02) Persona; (01) Mapa de empatia;
- (06) – CA1S: (01) Avaliação/mitigação dos riscos; D&T1S: (02) Protótipo; (01) MVP; (02) Vídeo protótipo.
- Observação:
 - Critérios de avaliação sem congruências (CA1SSC): (09) Potencial de inovação (gerar mercado); (08) números e dados realistas (adequação do plano ao mercado); (05) sustentabilidade social; (04) vantagem competitiva sustentável; (03) análise ambiental (concorrência); (03) sustentabilidade ambiental; (02) estratégia de Marketing; (02) roadmap (etapas de desenvolvimento, caminho crítico); (01) proteção Propriedade Intelectual; (01) usabilidade; (01) membros mulheres.
 - Documentos e tarefas sem congruências (D&T1SSC): (01) Projeto de pesquisa.

Quadro 60 – Congruências: critérios, documentos e tarefas (fases iniciais)

Crítérios de avaliação: fase 1.ª Seleção	Documentos e tarefas: fases iniciais	Frequência
[CA1S] (09) [renomeado]Coerência entre dor e remédios [atende uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) originalidade da ideia de negócio;	[D&T1S] (38) ideia de negócio;	52
[CA1S] (06) Apresentação <i>Pitch</i> (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção]tempo da gravação (entre 3 e 5 minutos)	[D&T1S] (16) <i>Slides</i> de apresentação (<i>Pitch</i>); (13) Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada) e/ou (07) apresentação em tempo real (<i>Pitch</i>)	42
[CA1S] (06) Sustentabilidade financeira; (05) potencial e escalabilidade do negócio; (04) potencial de crescimento do negócio; (03) potencial de monetização/comercialização; (01) viabilidade;	[D&T1S] (02) Viabilidade econômica;	21
[CA1S] (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (02) viabilidade técnica;	[D&T1S] (02) Gestão – equipe, parcerias e recursos; (02) Perfil empreendedor;	16
[CA1S] (03) <i>Canvas</i> ; (02) Dor do cliente;	[D&T1S] (08) <i>Canvas</i> e Proposta de valor; (02) <i>Persona</i> ; (01) Mapa de empatia;	16
[CA1S] (01) Avaliação/mitigação dos riscos	[D&T1S] (02) Protótipo; (01) MVP; (02) Vídeo protótipo;	06
<p><u>Crítérios de avaliação sem congruências (CA1SSC):</u> (09) Potencial de inovação (gerar mercado); (08) números e dados realistas (adequação do plano ao mercado); (05) sustentabilidade social; (04) vantagem competitiva sustentável; (03) análise ambiental (concorrência); (03) sustentabilidade ambiental; (02) estratégia de Marketing; (02) <i>roadmap</i> (etapas de desenvolvimento, caminho crítico); (01) proteção Propriedade Intelectual; (01) usabilidade; (01) membros mulheres;</p> <p><u>Documentos e tarefas sem congruências (D&T1SSC):</u> (01) Projeto de pesquisa</p>		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Após observação exploratória das similaridades entre as congruências: critérios, documentos e tarefas das fases iniciais (Quadro 60) e o conteúdo programático sugerido (cursos) nas fases iniciais (Quadro 55), a análise sugere as seguintes nomenclaturas do conteúdo programático (CP1F) para as fases iniciais (Quadro 61):

- ✓ [(a) Identificação de oportunidades], renomeado para: Ideia X oportunidade;
- ✓ [(h) apresentação *Pitch*], renomeado e ampliado para: Elaboração da apresentação *Pitch*; Gravação da apresentação *Pitch*;
- ✓ [(d) sustentabilidade econômica e (f) análise mercadológica]; renomeado e ampliado para: Análise mercadológica; Tipos de monetização; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escalabilidade;
- ✓ Inserção do conteúdo: Design, comportamento e ambiente da equipe;

- ✓ [(c) modelagem Canvas e proposta de valor], renomeado para: Modelagem Canvas e proposta de valor;
- ✓ [(g) prototipação e MVP], manter nome: Prototipação e MVP.
- ✓ Observação:
 - Conteúdo sem congruências (CP1FSC): escrita inicial de um plano de negócios.

Quadro 61 – Nomenclatura do conteúdo para aplicação (fases iniciais)

Critérios de avaliação: fase 1.ª Seleção	Documentos e tarefas: fases iniciais	Conteúdo programático: [CP1F]
[CA1S] (09) [renomeado]Coerência entre dor e remédios [atende uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) originalidade da ideia de negócio;	[D&T1S] (38) ideia de negócio;	[(a) Identificação de oportunidades], renomeado para: Ideia X oportunidade;
[CA1S] (06) Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção]tempo da gravação (entre 3 e 5 minutos)	[D&T1S] (16) Slides de apresentação (Pitch); (13) Vídeo Pitch (apresentação gravada) e/ou (07) apresentação em tempo real (Pitch)	[(h) apresentação Pitch], renomeado e ampliado para: Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch;
[CA1S] (06) Sustentabilidade financeira; (05) potencial e escalabilidade do negócio; (04) potencial de crescimento do negócio; (03) potencial de monetização/comercialização; (01) viabilidade;	[D&T1S] (02) Viabilidade econômica;	[(d) sustentabilidade econômica e (f) análise mercadológica] renomeado e ampliado para: Análise mercadológica; Tipos de monetização; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escalabilidade;
[CA1S] (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (02) viabilidade técnica;	[D&T1S] (02) Gestão – equipe, parcerias e recursos; (02) Perfil empreendedor;	Inserção do conteúdo: Design, comportamento e ambiente da equipe;
[CA1S] (03) Canvas; (02) Dor do cliente;	[D&T1S] (08) Canvas e Proposta de valor; (02) Persona; (01) Mapa de empatia;	[(c) modelagem Canvas e proposta de valor], renomeado para: Modelagem Canvas e proposta de valor;
[CA1S] (01) Avaliação/mitigação dos riscos	[D&T1S] (02) Protótipo; (01) MVP; (02) Vídeo protótipo;	[(g) prototipação e MVP], manter nome: Prototipação e MVP.
<u>Conteúdo sem congruências (CP1FSC)</u> : escrita inicial de um plano de negócios.		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Após observação exploratória entre as colaborações das formações iniciais [formação das equipes, na identificação de ideias/oportunidades e na escrita da proposta para a fase Inscrição] (item 4.4.5.2) e as nomenclaturas do conteúdo programático para as formações iniciais (Quadro 61), a análise sugere o seguinte conteúdo programático para as fases iniciais (Quadro 62):

- (1a) Design, comportamento e ambiente da equipe;
- (1b) Ideia X oportunidade;
- (1c) Modelagem Canvas e proposta de valor;
- (1d) Tipos de monetização;
- (1e) Elaboração da apresentação Pitch;
- (1f) Gravação da apresentação Pitch.
- Observação:
 - conteúdo não sugerido para as fases iniciais (CP1FNS): Análise mercadológica; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escalabilidade; Prototipação e MVP.

Quadro 62 – Conteúdo programático para as fases iniciais

(1a) Design, comportamento e ambiente da equipe;
(1b) Ideia X oportunidade;
(1c) Modelagem Canvas e proposta de valor;
(1d) Tipos de monetização;
(1e) Elaboração da apresentação Pitch;
(1f) Gravação da apresentação Pitch;
<u>Conteúdo não sugerido para as fases iniciais (CP1FNS)</u> : Análise mercadológica; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escalabilidade; Prototipação e MVP.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Segue resumo da análise das fases iniciais (Quadro 63):

Fase Pré-Inscrição e Inscrições (consolidação) – as maiores frequências identificadas foram: inscrições individuais na fase Pré-Inscrição (optativa) e inscrições por equipe na fase Inscrição com no mínimo dois membros.

Nas inscrições, existe o condicionante da exigência mínima de um estudante matriculado na instituição por inscrição, sendo admitido outros membros estudantes matriculados, egressos e externos.

Quanto aos orientadores das equipes, a maior frequência é de orientadores professores com vínculo com a instituição organizadora da competição.

Quanto aos documentos na fase Pré-Inscrição e na fase Inscrição, a análise sugere os seguintes documentos solicitados: fase Pré-Inscrição: dados pessoais e acadêmicos; fase Inscrição: dados pessoais e acadêmicos; perfil dos membros da equipe; ideia de negócio (Dor X Remédio); *Canvas* e proposta de valor; tipo de monetização; *slides* da apresentação *Pitch*; vídeo apresentação *Pitch* (gravado).

Fase 1.^a Formação (consolidação) – a maior frequência identificada foi uma fase 1.^a Formação antes da 1.^a Seleção.

Quanto ao conteúdo na fase 1.^a Formação, a análise sugere o seguinte conteúdo programático: Design, comportamento e ambiente da equipe; Ideia X oportunidade; Modelagem *Canvas* e proposta de valor; Tipos de monetização; Elaboração da apresentação *Pitch*; Gravação da apresentação *Pitch*.

Quanto às tarefas na fase 1.^a Formação, a análise sugere as seguintes tarefas solicitadas: descreva o perfil dos membros da equipe; descreva a ideia de negócio; elabore o *Canvas* e a proposta de valor; descreva a monetização; elabore sua apresentação *Pitch* (*slides*); grave sua apresentação *Pitch* (entre 3 e 5 minutos).

Fase: 1.^a Seleção (consolidação) – a maior frequência identificada foi processo seletivo com acesso restrito e com apresentações remotas (gravadas).

Quanto aos documentos na fase 1.^a Seleção, a análise sugere os seguintes documentos avaliados: perfil dos membros da equipe; ideia de negócio (Dor X Remédio); *Canvas* e a proposta de valor; Tipo de monetização; *slides* da apresentação *Pitch*; vídeo apresentação *Pitch* (gravado).

Quanto aos critérios na fase 1.^a Seleção, a análise sugere os seguintes critérios de avaliação: equipe (capacidade de administrar e implementar); coerência entre dor e remédio (problema e solução); monetização; [inserção]potencial de inovação (gerar mercado); apresentação *Pitch* (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Quadro 63 – Conteúdo, tarefas, documentos e critérios (fases iniciais).

Documentos solicitados: fase Pré-Inscrição	Dados pessoais e acadêmicos
Conteúdo programático sugerido: fase 1.ª Formação	Design, comportamento e ambiente da equipe; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Tipos de monetização; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.
Tarefas solicitadas: fase 1.ª Formação	Descreva o perfil dos membros da equipe; Escreva a ideia de negócio; Elabore o <i>Canvas</i> e a proposta de valor; Descreva a monetização; Elabore sua apresentação <i>Pitch (slides)</i> ; Grave sua apresentação <i>Pitch</i> (entre 3 e 5 minutos).
Documentos solicitados: fase Inscrição e Documentos avaliados: fase 1.ª Seleção	Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); <i>Canvas</i> e proposta de valor; Tipo de monetização; <i>Slides</i> da apresentação <i>Pitch</i> ; Vídeo apresentação <i>Pitch</i> (gravado).
Crítérios de avaliação: fase 1.ª Seleção	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4.4.6 Análise das fases intermediárias das CPN

São considerados como fases intermediárias, as seguintes fases: 2.ª Formação e 2.ª Seleção.

4.4.6.1 Análise da fase 2.^a Formação das CPN

Considerando que a síntese dos autores da fundamentação teórica (Figura 18), sugere que: o conteúdo programático e as tarefas dos cursos executadas nas CPN contribuem na identificação das práticas formativas mais frequentes. Desta forma, a observação exploratória sugere que: a fase 2.^a Formação, colabora no desenvolvimento/aperfeiçoamento das ideias, na escrita do plano de negócios, na realização de testes de validação das ideias e no planejamento do primeiro protótipo.

Quanto aos cursos (item 4.3.5.1.3): considerando a quantidade, os nomes dos cursos na fase 2.^a Formação, após observação exploratória comparativa, a análise sugere o conteúdo programático aplicado nos cursos (Quadro 64):

- 9 cursos (2.^a Formação) – conteúdo programático sugerido: (a) finanças, (b) Empreendedorismo científico, (c) Propriedade Intelectual, (d) desenvolvimento de equipe, (e) Competências Empreendedoras, (f) modelagem *Canvas* (BMC), (g) prototipação e MVP e (h) apresentação *Pitch*.

Quadro 64 – Conteúdo programático sugerido (cursos) na fase 2.^a Formação

Fase 2.^a Formação (9 cursos) – conteúdo programático sugerido
(a) finanças;
(b) Empreendedorismo científico;
(c) Propriedade Intelectual;
(d) desenvolvimento de equipe;
(e) Competências Empreendedoras;
(f) modelagem <i>Canvas</i> (BMC);
(g) prototipação e MVP;
(h) apresentação <i>Pitch</i> .

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Quanto as ementas dos cursos (item 4.3.5.2): Considerando as ementas dos cursos na fase 2.^a Formação, após observação exploratória comparativa, a análise sugere o conteúdo programático aplicado a partir das ementas (Quadro 65):

Quadro 65 – Conteúdo programático sugerido (ementas) na fase 2.^a Formação

Fase 2. ^a Formação (2 ementas) – conteúdo programático sugerido
(a) Formação Empreendedora; (b) Tipos de inovação e avaliação do nível de maturidade; (c) Tipos de Empreendedorismo; (d) Ecossistema empreendedor; (e) Competências Empreendedoras; (f) Desenvolvimento de equipe; (g) Identificação de oportunidades, (h) modelagem <i>Canvas</i> e proposta de valor (BMC), (i) <i>Lean Canvas</i> ; (j) teste/validação de solução; (k) Processo Empreendedor (<i>Lean Startup, Design Thinking e Sprint</i>). (l) Gerenciamento de projetos; (m) Experiência do usuário (UX); (n) Viabilidade econômico-financeira; (o) Contrato societário e abertura de empresa; (p) Empreendedorismo científico; (q) Propriedade Intelectual; (r) Transferência tecnológica; (s) <i>Valuation</i> ; (t) Noções de Marketing e funil de vendas; (u) Viabilidade socioambiental; (v) Prototipação e MVP; (w) Apresentação <i>Pitch</i> .

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Quanto as tarefas solicitadas nos cursos (item 4.3.5.3.3): considerando as tarefas solicitadas nos cursos na fase 2.^a Formação, segue os nomes mais frequentes (Quadro 66):

- 09 tarefas (2.^a Formação) com as seguintes frequências e nomes: (06) plano/projeto de negócios; (04) *slides* de apresentação; (03) *Canvas* (BMC); (03) viabilidade econômica; (02) “ideia de negócio”; (02) “*persona*”; (02) “proposta de valor (BMC)”; (02) “protótipo”; (01) “Vídeo *Pitch* (apresentação gravada)”; (01) “mapa de empatia”;

Quadro 66 – Tarefas solicitadas nas fases 2.^a Formação

2. ^a Formação (9 tarefas) - Tarefas solicitadas
(06) Plano/projeto de negócios; (04) <i>Slides</i> de apresentação; (03) <i>Canvas</i> (BMC); (03) viabilidade econômica; (02) “ideia de negócio”; (02) “proposta de valor (BMC)”; (02) “protótipo”; (02) “ <i>persona</i> ”; (01) “Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada)”; (01) “mapa de empatia”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.6.2 Análise da fase 2.^a Seleção das CPN

Quanto ao acesso (item 4.3.4.1.2): as seleções intermediárias, o acesso é restrito quando as ideias/propostas contém segredos comerciais. Nesse sentido, quanto à acessibilidade da fase 2.^a Seleção, as maiores frequências foram: acesso público e restrito.

Quanto a modalidade (item 4.3.4.3.2): a modalidade das apresentações *Pitch* na fase 2.^a Seleção com maior frequência, foi apresentações presenciais.

Quanto aos documentos avaliados (item 4.3.4.4.2): na fase 2.^a Seleção, os documentos avaliados sofrem variações por conta da existência da fase 2.^a Formação.

Nesse sentido, considerando os documentos avaliados na 2.^a Seleção, temos as frequências dos seguintes documentos avaliados (Quadro 67): (08) *Slides* de apresentação e apresentação em tempo real (*Pitch*); (07) ideia de negócio; (05) Plano/projeto de negócios; (04) *Canvas* (BMC) e proposta de valor (BMC); (03) Viabilidade econômica; (02) *Vídeo Pitch* (apresentação gravada); (02) *Lean Canvas*; (02) Protótipo.

Quadro 67 – Documentos avaliados na fase 2.^a Seleção

Fase 2. ^a Seleção – documentos avaliados
(08) <i>Slides</i> de apresentação;
(08) Apresentação em tempo real (<i>Pitch</i>);
(07) ideia de negócio;
(05) Plano/projeto de negócios;
(04) <i>Canvas</i> (BMC);
(04) Proposta de valor (BMC);
(03) Viabilidade econômica;
(02) <i>Vídeo Pitch</i> (apresentação gravada);
(02) <i>Lean Canvas</i> ;
(02) Protótipo;

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Quanto aos critérios de avaliação: na fase 2.^a Seleção, os critérios de avaliação foram (Quadro 68): (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (09) Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço); e (09) Potencial de inovação (gerar mercado); (08) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado); (06) Sustentabilidade financeira; e (06) Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário); (05) Originalidade da ideia de negócio; (05) Potencial e

escalabilidade do negócio; e (05) Sustentabilidade social; (04) Vantagem competitiva sustentável; e (04) Potencial de crescimento do negócio; (03) Análise ambiental (concorrência); (03) Potencial de monetização/comercialização; (03) Sustentabilidade ambiental; e (03) Canvas (BMC); (02) Dor do cliente, (02) Estratégia de Marketing, (02) Roadmap (etapas de desenvolvimento, caminho crítico) e (02) Viabilidade técnica; (01) Avaliação/mitigação dos riscos, (01) Percepção do avaliador (subjetivo), (01) Proteção Propriedade Intelectual, (01) Membros mulheres, (01) Usabilidade, (01) Viabilidade e (01) Ordem de inscrição.

Quadro 68 – Critérios de avaliação na fase 2.^a Seleção

Fase Seleção intermediária – critérios de avaliação
<p>(10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (09) Atende uma necessidade (descrição do produto/serviço); (09) Potencial de inovação (gerar mercado); (08) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado); (06) Sustentabilidade financeira; (06) Apresentação <i>Pitch</i> (linguagem corporal, aparência e vestuário); (05) Originalidade da ideia de negócio; (05) Potencial e escalabilidade do negócio; (05) Sustentabilidade social; (04) Vantagem competitiva sustentável; (04) Potencial de crescimento do negócio; (03) Análise ambiental (concorrência); (03) Potencial de monetização/comercialização; (03) Sustentabilidade ambiental (03) <i>Canvas</i> (BMC); (02) Dor do cliente, (02) Estratégia de Marketing, (02) <i>Roadmap</i> (etapas de desenvolvimento, caminho crítico) (02) Viabilidade técnica; (01) Avaliação/mitigação dos riscos, (01) Percepção do avaliador (subjetivo), (01) Proteção Propriedade Intelectual, (01) Membros mulheres, (01) Usabilidade, (01) Viabilidade (01) Ordem de inscrição.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.6.3 Consolidação das fases intermediárias das CPN

Após observação exploratória, a análise sugere as congruências e as frequências das similaridades entre as tarefas solicitadas na fase 2.^a Formação (Quadro 66) e os documentos avaliados na fase 2.^a Seleção (Quadro 67), identificados a seguir (Quadro 69):

- ✓ (12) *slides* de apresentação;
- ✓ (11) plano/projeto de negócios;
- ✓ (09) “ideia de negócio”;
- ✓ (08) Apresentação em tempo real (*Pitch*);
- ✓ (07) *Canvas*;
- ✓ (06) viabilidade econômica;
- ✓ (06) proposta de valor;
- ✓ (04) protótipo;
- ✓ (03) vídeo *Pitch* (apresentação gravada);
- ✓ (02) *Lean Canvas* e *persona*;
- ✓ (01) mapa de empatia.

Quadro 69 – Congruências: tarefas e documentos (fases intermediárias)

Tarefas e documentos: fases intermediárias	Tarefas solicitadas: fase 2. ^a Formação	Documentos avaliados: fase 2. ^a Seleção	Frequência
<i>Slides</i> de apresentação;	(04)	(08)	12
Plano/projeto de negócios;	(06)	(05)	11
“ideia de negócio”;	(02)	(07)	09
Apresentação em tempo real (<i>Pitch</i>);		(08)	08
<i>Canvas</i> ;	(03)	(04)	07
viabilidade econômica	(03)	(03)	06
Protótipo;	(02)	(02)	04
Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada);	(01)	(02)	03
<i>Lean Canvas</i> ;		(02)	02
“ <i>persona</i> ”;	(02)		02
“mapa de empatia”	(01)		01

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Após observação exploratória, a análise sugere as congruências e as frequências das similaridades entre os critérios de avaliação (CA2S) na fase 2.^a Seleção (Quadro 68), os critérios de avaliação (CA1SSC) das fases iniciais, documentos e tarefas (D&T1SSC) nas fases iniciais (Quadro 57) e as congruências

das tarefas e documentos (T&D2S) das fases intermediárias (Quadro 69), identificados a seguir (Quadro 70):

- ✓ (29) – CA2S: (06) Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção]Tempo de apresentação (entre 3 e 5 minutos); T&D2S: (12) Slides de apresentação (Pitch); (08) Apresentação em tempo real (Pitch); (03) Vídeo Pitch (apresentação gravada);
- ✓ (25) – CA2S: (06) Sustentabilidade financeira; (05) Potencial e escalabilidade do negócio; (04) Potencial de crescimento do negócio; (03) Potencial de monetização/comercialização; (01) Viabilidade; T&D2S: (06) viabilidade econômica;
- ✓ (23) – CA2S: (03) Análise ambiental (concorrência); CA1SSC: (08) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado); T&D2S: (11) Plano/projeto de negócios; D&T1SSC: (01) Projeto de pesquisa
- ✓ (23) – CA2S: (09) [renomeado]Coerência entre dor e remédios [atende uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) Originalidade da ideia de negócio; T&D2S: (09) ideia de negócio”;
- ✓ (16) – CA2S: (03) Canvas; (02) Dor do cliente; T&D2S: (07) Canvas; (02) Lean Canvas; (01) “persona”; (01) “mapa de empatia”;
- ✓ (13) – CA2S: (04) Vantagem competitiva sustentável; CA1SSC: (09) Potencial de inovação (gerar mercado); T&D2S: [inserção]Inovação e maturidade tecnológica (escala TRL);
- ✓ (13) – CA2S: (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (02) Viabilidade técnica; (01) Membros mulheres; T&D2S: [inserção]Perfil dos membros da equipe;
- ✓ (05) – CA2S: (01) Avaliação/mitigação dos riscos; T&D2S: (04) Protótipo.
- ✓ Observação:
 - Critérios de avaliação sem congruências (CA2SSC): (05) Sustentabilidade social; (03) Sustentabilidade ambiental; (02) Estratégia de Marketing, (02) Roadmap (etapas de desenvolvimento, caminho crítico); (01) Proteção Propriedade Intelectual, (01) Usabilidade. (01) Percepção do avaliador (subjetivo); (01) Ordem de inscrição.

Quadro 70 – Congruências: critérios, tarefas e documentos (fases intermediárias)

Crítérios de avaliação: fase 2.^a Seleção	Tarefas e documentos: fases intermediárias	Frequência
[CA2S] (06) Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção]Tempo de apresentação (entre 3 e 5 minutos)	[T&D2S] (12) Slides de apresentação (Pitch); (08) Apresentação em tempo real (Pitch); (03) Vídeo Pitch (apresentação gravada);	29
[CA2S] (06) Sustentabilidade financeira; (05) Potencial e escalabilidade do negócio; (04) Potencial de crescimento do negócio; (03) Potencial de monetização/comercialização; (01) Viabilidade;	[T&D2S] (06) viabilidade econômica	25
[CA2S] (03) Análise ambiental (concorrência); [CA1SSC] (08) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado);	[T&D2S] (11) Plano/projeto de negócios; [D&T1SSC] (01) Projeto de pesquisa	23
[CA2S] (09) [renomear]Coerência entre dor e remédios [atende uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) Originalidade da ideia de negócio;	[T&D2S] (09) ideia de negócio”;	23
[CA2S] (03) <i>Canvas</i> ; (02) Dor do cliente;	[T&D2S] (07) <i>Canvas</i> ; (02) Lean <i>Canvas</i> ; (01) “persona”; (01) “mapa de empatia”	16
[CA2S] (04) Vantagem competitiva sustentável; [CA1SSC] (09) Potencial de inovação (gerar mercado);	[inserção]Inovação e maturidade tecnológica (escala TRL)	13
[CA2S] (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (02) Viabilidade técnica; (01) Membros mulheres.	[inserção]Perfil dos membros da equipe;	13
[CA2S] (01) Avaliação/mitigação dos riscos,	(04) Protótipo;	05
Crítérios de avaliação sem congruências (CA2SSC): (05) Sustentabilidade social; (03) Sustentabilidade ambiental; (02) Estratégia de Marketing, (02) <i>Roadmap</i> (etapas de desenvolvimento, caminho crítico); (01) Proteção Propriedade Intelectual, (01) Usabilidade. (01) Percepção do avaliador (subjetivo); (01) Ordem de inscrição.		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Após observação exploratória das similaridades entre as congruências: critérios, tarefas e documentos das fases intermediárias (Quadro 70); o conteúdo programático: sugerido na fase 2.^a Formação (Quadro 64 e Quadro 65), sem congruências nas fases iniciais (CP1FSC) (Quadro 61), para as fases iniciais (Quadro 62), não sugerido para as fases iniciais (CP1FNS) (Quadro 62) e considerando que a 1.^a Formação é optativa (necessidade de reaplicação do conteúdo na 2.^a Formação), a análise sugere as seguintes nomenclaturas do conteúdo programático das fases intermediárias (Quadro 71):

- ✓ [(Q57) (Q58) Apresentação Pitch] renomeado para: (Q69) (1e) Elaboração da apresentação Pitch; (Q69) (1f) Gravação da apresentação Pitch;

- ✓ [(Q57) finanças; (Q58) Viabilidade econômico-financeira; (Q58) Valuation] renomeado para: (Q69) (1d) Tipos de monetização; (CP1FNS) Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); (CP1FNS) Escalabilidade; (Q58) Valuation;
- ✓ Inserção do conteúdo: (CP1FNS) Análise mercadológica; [(CP1FSC) escrita inicial de um plano de negócio] [renomeado] escrita de plano de negócio; escrita de projeto de pesquisa;
- ✓ [(Q58) Identificação de oportunidades] renomeado para: (Q69) (1b) Ideia X oportunidade;
- ✓ [(Q57) modelagem Canvas; (Q58) modelagem Canvas e proposta de valor, (Q58) Lean Canvas; (Q58) teste/validação de solução;] renomeado para: (Q69) (1c) Modelagem Canvas e proposta de valor; (Q58) teste e validação de ideias; (Q58) Lean Canvas;
- ✓ [(Q58) Tipos de inovação e avaliação do nível de maturidade;] renomeado para: Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL);
- ✓ [(Q57) (Q58) Desenvolvimento de equipe; (Q57) (Q58) Competências Empreendedoras] renomeado para: (Q69) (1a) Design, comportamento e ambiente da equipe; (Q57) (Q58) Competências Empreendedoras;
- ✓ Inserções do conteúdo: (Q57) (Q58) (CP1FNS) Prototipação e MVP.
- ✓ Observação:
 - Critérios de avaliação sem congruência e sem relevância: [descartados] (Q72) (01) Percepção do avaliador (subjetivo); (Q72) (01) Ordem de inscrição.
 - Conteúdo programático sem congruência: (Q58) Viabilidade socioambiental; (Q58) Noções de Marketing e funil de vendas; (Q58) Gerenciamento de projetos; (Q58) Contrato societário e abertura de empresa; (Q57) (Q58) Propriedade Intelectual; (Q58) Transferência tecnológica; (Q58) Experiência do usuário (UX); (Q58) Formação Empreendedora; (Q58) Tipos de Empreendedorismo; (Q58) Ecossistema empreendedor; (Q58) Processo Empreendedor; (Q57) (Q58) Empreendedorismo científico;

Quadro 71 – Nomenclatura do conteúdo para aplicação (fases intermediárias)

Critérios de avaliação: fase 2.ª Seleção	Tarefas e documentos: fases intermediárias	Conteúdo programático
[CA2S] (06) Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção]Tempo de apresentação (entre 3 e 5 minutos)	[T&D2S] (12) Slides de apresentação (Pitch); (08) Apresentação em tempo real (Pitch); (03) Vídeo Pitch (apresentação gravada);	[(Q57) (Q58) Apresentação <i>Pitch</i>] renomeado para: (Q69) (1e) Elaboração da apresentação Pitch; (Q69) (1f) Gravação da apresentação Pitch;
[CA2S] (06) Sustentabilidade financeira; (05) Potencial e escalabilidade do negócio; (04) Potencial de crescimento do negócio; (03) Potencial de monetização/comercialização; (01) Viabilidade;	[T&D2S] (06) viabilidade econômica	[(Q57) finanças; (Q58) Viabilidade econômico-financeira; (Q58) <i>Valuation</i>] renomeado para: (Q69) (1d) Tipos de monetização; (CP1FNS) Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); (CP1FNS) Escalabilidade; (Q58) <i>Valuation</i> ;
[CA2S] (03) Análise ambiental (concorrência); [CA1SSC] (08) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado);	[T&D2S] (11) Plano/projeto de negócios; [D&T1SSC] (01) Projeto de pesquisa	(CP1FNS) Análise mercadológica; [(CP1FSC) escrita inicial de um plano de negócio] [renomeado] escrita de plano de negócio; escrita de projeto de pesquisa;
[CA2S] (09) [renomear]Coerência entre dor e remédios [atende uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) Originalidade da ideia de negócio;	[T&D2S] (09) ideia de negócio”;	[(Q58) Identificação de oportunidades] renomeado para: (Q69) (1b) Ideia X oportunidade;
[CA2S] (03) <i>Canvas</i> ; (02) Dor do cliente;	[T&D2S] (07) <i>Canvas</i> ; (02) <i>Lean Canvas</i> ; (01) “persona”; (01) “mapa de empatia”	[(Q57) modelagem <i>Canvas</i> ; (Q58) modelagem <i>Canvas</i> e proposta de valor, (Q58) <i>Lean Canvas</i> ; (Q58) teste/validação de solução;] renomeado para: (Q69) (1c) Modelagem <i>Canvas</i> e proposta de valor; (Q58) Teste e validação de ideias; (Q58) <i>Lean Canvas</i> .
[CA2S] (04) Vantagem competitiva sustentável; [CA1SSC] (09) Potencial de inovação (gerar mercado);	[inserção]Inovação e maturidade tecnológica (escala TRL)	[(Q58) Tipos de inovação e avaliação do nível de maturidade;] renomeado para: Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL);
[CA2S] (10) Equipe (capacidade de administrar e implementar); (02) Viabilidade técnica; (01) Membros mulheres.	[inserção]Perfil dos membros da equipe;	[(Q57) (Q58) Desenvolvimento de equipe; (Q57) (Q58) Competências Empreendedoras] renomeado para: (Q69) (1a) Design, comportamento e ambiente da equipe; (Q57) (Q58) Competências Empreendedoras;
[CA2S] (01) Avaliação/mitigação dos riscos,	(04) Protótipo;	(Q57) (Q58) (CP1FNS) Prototipação e MVP;
<p>Critérios de avaliação sem congruência e sem relevância: [descartados] (Q72) (01) Percepção do avaliador (subjetivo); (Q72) (01) Ordem de inscrição.</p> <p>Conteúdo programático sem congruência (CP2FSC): (Q58) Viabilidade socioambiental; (Q58) Noções de Marketing e funil de vendas; (Q58) Gerenciamento de projetos; (Q58) Contrato societário e abertura de empresa; (Q57) (Q58) Propriedade Intelectual; (Q58) Transferência tecnológica; (Q58) Experiência do usuário (UX); (Q58) Formação Empreendedora; (Q58) Tipos de Empreendedorismo; (Q58) Ecossistema empreendedor; (Q58) Processo Empreendedor; (Q57) (Q58) Empreendedorismo científico;</p>		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Após observação exploratória entre as colaborações das formações intermediárias [desenvolvimento/aperfeiçoamento das ideias, na escrita do plano de negócios, na realização de testes de validação das ideias e no planejamento do primeiro protótipo] (item 4.4.6.1), no conteúdo programático para aplicação nas fases iniciais [por ser optativa, deve ser reaplicado] (Quadro 62) e as nomenclaturas do conteúdo programático para aplicação nas fases intermediárias (Quadro 71), a análise sugere o seguinte conteúdo programático para as fases intermediárias (Quadro 72):

- Conteúdo aplicado na formação anterior e na formação intermediária:
 - (1a) *Design*, comportamento e ambiente da equipe;
 - (1b) Ideia X oportunidade;
 - (1c) Modelagem *Canvas* e proposta de valor;
 - (1d) Tipos de monetização;
 - (1e) Elaboração da apresentação *Pitch*;
 - (1f) Gravação da apresentação *Pitch*.
- Conteúdo aplicado apenas na formação intermediária:
 - (2a) Competências Empreendedoras;
 - (2b) Teste e validação de ideias;
 - (2c) Análise mercadológica;
 - (2d) *Lean Canvas*;
 - (2e) Prototipação e MVP;
 - (2f) Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento);
 - (2g) Escrita de plano de negócio;
 - (2h) Escrita de projeto de pesquisa;
- Observação:
 - conteúdo não sugerido para as fases intermediárias: Escalabilidade; Valuation; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL). Nomenclatura com indexador iniciando em: (1) é o conteúdo aplicado na formação anterior; e (2) novo conteúdo não aplicado na formação anterior.

Quadro 72 - Conteúdo programático para as fases intermediárias

Conteúdo aplicado na formação anterior e na formação intermediária.	Conteúdo aplicado apenas na formação intermediária
(1a) Design, comportamento e ambiente da equipe;	(2a) Competências Empreendedoras;
(1b) Ideia X oportunidade;	(2b) Teste e validação de ideias;
(1c) Modelagem Canvas e proposta de valor;	(2c) Análise mercadológica;
(1d) Tipos de monetização;	(2d) Lean Canvas
(1e) Elaboração da apresentação Pitch;	(2e) Prototipação e MVP.
(1f) Gravação da apresentação Pitch;	(2f) Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento);
	(2g) Escrita de plano de negócio;
	(2h) Escrita de projeto de pesquisa;
<p><u>Conteúdo não sugerido para as fases intermediárias (CP2FNS):</u> Escalabilidade; Valuation; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL);</p> <p><u>Nomenclatura com indexador iniciando em:</u> (1) é o conteúdo aplicado na formação anterior; e (2) novo conteúdo não aplicado na formação anterior.</p>	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Segue resumo da análise das fases intermediárias (Quadro 73):

Fase: 2ª Formação (consolidação) – a maior frequência identificada foi uma formação antes da fase 2.ª Seleção.

Quanto ao conteúdo na fase 2.ª Formação, a análise sugere o seguinte conteúdo programático: *Design*, comportamento e ambiente da equipe; Competências Empreendedoras; Ideia X oportunidade; Modelagem *Canvas* e proposta de valor; Teste e validação de ideias; Análise mercadológica; Tipos de monetização; *Lean Canvas*; Prototipação e MVP; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escrita de plano de negócio; Escrita de projeto de pesquisa; Elaboração da apresentação *Pitch*; Gravação da apresentação *Pitch*.

Quanto às tarefas na fase 2.ª Formação, a análise sugere as seguintes tarefas solicitadas: descreva o perfil dos membros da equipe; elabore o *Canvas* e a proposta de valor; persona e mapa de empatia; pesquise o mercado; elabore e teste um protótipo; elabore a trilha do protótipo; descreva a monetização e a sustentabilidade financeira; escreva o plano de negócio; elabore sua apresentação *Pitch (slides)*; grave sua apresentação *Pitch* (entre 3 e 5 minutos).

Fase: 2ª Seleção (consolidação) – as maiores frequências identificadas foram: uma seleção com acesso misto (público e restrito) e apresentações presenciais (antes das seleções finais).

Quanto aos documentos na fase 2.ª Seleção, a análise sugere os seguintes documentos avaliados: perfil dos membros da equipe; *Canvas* e proposta de valor; análise mercadológica; trilha do protótipo e protótipo; monetização e a

sustentabilidade financeira; plano de negócio; *slides* da apresentação *Pitch*; apresentação *Pitch* (em tempo real).

Quanto aos critérios, após observação exploratória, a análise sugere os seguintes critérios de avaliação: equipe (capacidade de administrar e implementar); coerência entre dor e remédio (problema e solução); sustentabilidade financeira; potencial de inovação (gerar mercado); viabilidade: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; apresentação *Pitch* (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Quadro 73 – Conteúdo, tarefas, documentos e critérios (fases intermediárias)

Conteúdo programático: fase 2.^a Formação	<i>Design</i> , comportamento e ambiente da equipe; Competências Empreendedoras; Ideia X oportunidade; Modelagem <i>Canvas</i> e proposta de valor; Teste e validação de ideias; Análise mercadológica; Tipos de monetização; <i>Lean Canvas</i> ; Prototipação e MVP; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escrita de plano de negócio; Escrita de projeto de pesquisa; Elaboração da apresentação <i>Pitch</i> ; Gravação da apresentação <i>Pitch</i> .
Tarefas solicitadas: fase 2.^a Formação	Descreva o perfil dos membros da equipe; Elabore o <i>Canvas</i> e a proposta de valor; Persona e mapa de empatia; Pesquise o mercado; Elabore e teste um protótipo; Elabore a trilha do protótipo; Descreva a monetização e a sustentabilidade financeira; Escreva o plano de negócio; Elabore sua apresentação <i>Pitch</i> (slides); Grave sua apresentação <i>Pitch</i> (entre 3 e 5 minutos).
Documentos avaliados: fase 2.^a Seleção	Perfil dos membros da equipe; <i>Canvas</i> e proposta de valor; Análise mercadológica; Trilha do protótipo e protótipo; Monetização e a sustentabilidade financeira; Plano de negócio; <i>Slides</i> da apresentação <i>Pitch</i> ; Apresentação <i>Pitch</i> (em tempo real).
Critérios de avaliação: fase 2.^a Seleção	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4.4.7 Análise das fases finais das CPN

São considerados como fases finais, as seguintes fases: 3.^a Formação, seleção finais e Premiação.

4.4.7.1 Análise da 3.^a Formação das CPN

Considerando que a síntese dos autores da fundamentação teórica (Figura 18), sugere que: o conteúdo programático e as tarefas dos cursos executadas nas CPN contribuem na identificação das práticas formativas mais frequentes. Desta forma, a observação exploratória sugere que (item 4.4.7.1): a fase 3.^a Formação, colabora no aperfeiçoamento da escrita do plano de negócios, na realização dos testes de validação dos protótipos, no aperfeiçoamento dos protótipos, na preparação das equipes para a seleção final e na preparação das equipes para negociações com os investidores.

Quanto as tarefas solicitadas nos cursos (item 4.3.5.3.4): considerando as tarefas solicitadas nos cursos na 3.^a formação, segue os nomes mais frequentes (Quadro 66):

- 8 tarefas (3.^a formação) com as seguintes frequências e nomes: (03) *slides* de apresentação; (02) “ideia de negócio”; (02) *Canvas* (BMC); (02) plano/projeto de negócios; (02) viabilidade econômica; (01) vídeo *Pitch* (apresentação gravada); (01) proposta de valor (BMC); (01) protótipo.

Quadro 74 – Tarefas solicitadas na fase 3.^a Formação

3.^a formação (8 tarefas) - Tarefas solicitadas
(03) <i>slides</i> de apresentação; (02) “ideia de negócio”; (02) <i>Canvas</i> (BMC); (02) plano/projeto de negócios; (02) viabilidade econômica; (01) vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada); (01) proposta de valor (BMC); (01) protótipo.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.7.2 Análise da fase seleções finais

Quanto ao acesso (item 4.3.4.1.3 e item 4.3.4.1.4): nas seleções finais, o acesso é restrito quando as ideias/propostas contém segredos comerciais. Nesse sentido, quanto à acessibilidade nas seleções finais, as maiores frequências foram acesso público.

Quanto aos Jurados (item 4.3.4.2.3 item 4.3.4.2.4): nas seleções finais, as maiores frequências foram vínculos internos e externos (mistos) da IES.

Quanto a modalidade das apresentações *Pitch* (item 4.3.4.3.3 e item 4.3.4.3.4): nas seleções finais com maior frequência, foram apresentações presenciais.

Quanto aos documentos avaliados (item 4.3.4.4), a compilação, tratamento dos dados e a análise exploratória comparativa entre os 15 modelos de Competições de Planos de Negócios (CPN), ocorreram através do Apêndice N. Nesse sentido, considerando os documentos mais frequentes nas fases seleções finais, utilizando os procedimentos descritos no item 3.4, foi possível identificar as frequências dos seguintes documentos avaliados (Quadro 75): (14) “ideia de negócio”; (13) “*Pitch* (apresentações)”; (11) “Slide (apresentação)”; (06) “*Canvas* (BMC); (06) Proposta de valor (BMC); (06) “*Vídeo Pitch*”; (06) “plano/projeto de negócios”; (04) “viabilidade econômica”; (03) “protótipo”; (02) “*Lean Canvas*”; (01) “*Vídeo protótipo*”; (01) “Gestão – equipe, parcerias e recursos”; (01) MVP; (01) “Perfil empreendedor”.

Quanto aos critérios de avaliação (item 4.3.4.5), a compilação, tratamento dos dados e a análise exploratória comparativa entre os 15 modelos de Competições de Planos de Negócios (CPN), ocorreram através do Apêndice O. Nesse sentido, considerando os critérios mais frequentes nas seleções finais, utilizando os procedimentos descritos no item 3.4, foi possível identificar as frequências dos seguintes critérios de avaliação (Quadro 76): (11) “Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço); (10) “Potencial de inovação (gerar mercado)”; (09) “Equipe (capacidade de administrar e implementar)”; (07) “Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário)”; (06) “Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)”; (06) “Potencial e a escalabilidade do negócio”; (06) “Sustentabilidade Social”; (05) “Originalidade da ideia de negócio”; (05) “Sustentabilidade financeira; (03) “Definição do cliente”; (03) “Análise ambiental (concorrência)”; (03) “Potencial de crescimento do negócio”; (03) “Sustentabilidade ambiental”; (02) “Vantagem competitiva sustentável”; (02) “Estratégia de Marketing”;

(02) “Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)”; (01) “Avaliação/mitigação de riscos”; (01) “Potencial de monetização/comercialização”; (01) “Percepção do avaliador (subjetivo)”.

Quadro 75 – Documentos avaliados nas seleções finais

Seleção final	University of Oxford	Harvard University	University of Cambridge	Stanford University	Massachusetts Institute of Technology (MIT)	University of São Paulo (USP)	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Universidade Federal do Ceará (UFC)	Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Instituto Federal de São Paulo (IFSP)	Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)	Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)	Total
Ideia de negócio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
<i>Pitch</i> (apresentação)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
<i>Slides</i> (apresentação)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
<i>Canvas</i> (BMC)			1		1	1	1	1	1	1						6
Proposta de valor (BMC)			1		1	1	1	1	1	1						6
Vídeo <i>Pitch</i>		1	1				1		1	1	1	1				6
Plano/Projetos de negócios			1		1		1	1	1	1						6
Viabilidade econômica					1	1	1	1	1	1						4
Protótipo					1				1		1					3
<i>Lean Canvas</i>							1		1							2
Vídeo protótipo										1						1
Gestão – equipe, parcerias e recursos														1		1
MVP						1										1
Perfil empreendedor														1		1

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Quadro 76 – Critérios de seleção utilizados nas seleções finais

	University of Oxford	Harvard University	University of Cambridge	Stanford University	Massachusetts Institute of Technology (MIT)	University of São Paulo (USP)	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Universidade Federal do Ceará (UFC)	Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Instituto Federal de São Paulo (IFSP)	Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)	Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)	Total
Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)	1	1	1		1	1	1	1	1	1				1	1	11
Potencial de inovação (gerar mercado)	1						1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Equipe (capacidade de administrar e implementar)	1		1			1	1	1	1	1	1			1		9
Apresentação <i>Pitch</i> (linguagem corporal, aparência e vestuário)			1		1	1			1			1		1	1	7
Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)		1	1			1		1			1			1		6
Potencial e a escalabilidade do negócio			1			1		1			1		1		1	6
Sustentabilidade Social	1		1		1			1				1	1			6
Originalidade da ideia de negócio	1				1						1	1	1			5
Sustentabilidade financeira			1			1		1				1	1			5
Definição do cliente		1					1		1							3
Análise ambiental (concorrência)		1				1								1		3
Potencial de crescimento do negócio			1									1	1			3
Sustentabilidade ambiental								1				1	1			3
Vantagem competitiva sustentável	1					1										2
Estratégia de Marketing		1	1													2
Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)			1								1					2
Avaliação/mitigação de riscos														1		1
Potencial de monetização/comercialização							1									1
Percepção do avaliador (subjetivo)														1		1
Atratividade de investimento																0
Potencial de IPO (oferta pública inicial)																0

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

4.4.8 Análise da fase Premiação das CPN

As premiações das CPN reconhecem o desempenho acadêmico dos participantes durante e no final da competição, perante seus pares e a sociedade. No final de cada processo seletivo os participantes são celebrados e reconhecidos o êxito alcançado. As premiações podem ser divididas em: não econômicas e econômicas.

Quanto as premiações não econômicas (item 4.3.6): as premiações não econômicas mais frequentes foram: títulos (1.º, 2.º e 3.º lugar nas seleções intermediárias e nas finais); certificados (participação e conclusão dos cursos de formação); mentorias com especialistas (durante e após a CPN); encaminhamentos para outras ações ou eventos: incubadoras; aceleradoras; habitats de inovação e roda de investidores.; outras CPN (seletivas para competições nacionais); suporte e recursos informáticos (acesso subsidiado a serviços online e cursos de capacitação).

Quanto as premiações econômicas (item 4.3.6.1): as premiações econômicas mais frequentes foram: Recursos econômicos (dinheiro): Prêmio pecúlio (dinheiro de livre utilização e sem prestação de contas); Recursos de custeio (materiais de consumo com prestação de contas); Recursos de capital (materiais permanentes com prestação de contas); Bolsas de pesquisa/iniciação Científica. Os maiores valores de recursos econômicos identificados foram: US \$ 105.000,00 (cento e cinco mil dólares americanos); UK € 40.000,00 (quarenta mil libras esterlinas britânica); BR R\$ 324.000,00 (trezentos e vinte e quatro mil reais brasileiros)

4.4.8.1 Consolidação das fases finais das CPN

São considerados como fases finais, as seguintes fases: 3.ª Formação, seleções finais e Premiação.

Após observação exploratória, a análise sugere as congruências e as frequências das similaridades entre as tarefas solicitadas na 3.ª Formação (Quadro 74) e os documentos avaliados nas seleções finais (Quadro 75), identificados a seguir (Quadro 77):

- ✓ (16) “ideia de negócio”;
- ✓ (14) *slides* de apresentação;
- ✓ (13) apresentações *Pitch* (tempo real);
- ✓ (08) plano/projeto de negócios;

- ✓ (08) *Canvas*;
- ✓ (07) vídeo *Pitch* (apresentação gravada);
- ✓ (06) viabilidade econômica;
- ✓ (05) protótipo;
- ✓ (02) proposta de valor;
- ✓ (02) *Lean Canvas*;
- ✓ (01) mapa de empatia;
- ✓ (01) vídeo protótipo;
- ✓ (01) gestão – equipe, parcerias e recursos;
- ✓ (01) MVP;
- ✓ (01) perfil empreendedor.

Quadro 77 – Congruências: tarefas e documentos (fases finais)

Tarefas e documentos: fases finais	Tarefas solicitadas fase 3. ^a Formação	Documentos avaliados: seleções finais	Frequência
“ideia de negócio”;	(02)	(14)	16
<i>Slides</i> de apresentação;	(03)	(11)	14
Apresentação em tempo real (<i>Pitch</i>);		(13)	13
Plano/projeto de negócios;	(02)	(06)	08
<i>Canvas</i> ;	(02)	(06)	08
Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada);	(01)	(06)	07
viabilidade econômica	(02)	(04)	06
Protótipo;	(02)	(03)	05
Proposta de valor;	(02)		02
<i>Lean Canvas</i> ;		(02)	02
“mapa de empatia”	(01)		01
Vídeo protótipo		(01)	01
Gestão – equipe, parcerias e recursos		(01)	01
MVP		(01)	01
Perfil empreendedor		(01)	01

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Após observação exploratória, a análise sugere as congruências e as frequências das similaridades entre os critérios de avaliação (CA3S) da fase 3.^a Seleção (Quadro 76), os critérios de avaliação (CA2SSC) nas fases intermediárias (Quadro 68) e as congruências de tarefas e documentos (T&D3S) das fases finais (Quadro 77), identificados a seguir (Quadro 78):

- ✓ (38) – (CA3S): (07) Apresentação *Pitch* (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção]Tempo de apresentação (entre 5 e 7 minutos); (11) *Slides* de

- apresentação (Pitch); (T&D3S): (13) Apresentação em tempo real (Pitch) e/ou (07) Vídeo Pitch (apresentação gravada);
- ✓ (30) – (CA3S): (11) [renomeado]coerência entre dor e remédios [atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) “Originalidade da ideia de negócio”; (T&D3S): (14) ideia de negócio”;
 - ✓ (21) – (CA3S): (06) “Potencial e a escalabilidade do negócio”; (05) Sustentabilidade financeira; (03) “Potencial de crescimento do negócio”; (01) “Potencial de monetização/comercialização”; (T&D3S): (06) viabilidade econômica;
 - ✓ (17) – (CA3S): (06) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)”; (03) “Análise ambiental (concorrência)”; (T&D3S): (08) Plano/projeto de negócios;
 - ✓ (17) – (CA3S): (03) Definição do cliente”; (T&D3S): (08) Canvas; (03) proposta de valor; (02) Lean Canvas; (01) Mapa de empatia;
 - ✓ (12) – (CA3S) (10) Potencial de inovação (gerar mercado)”; (02) “Vantagem competitiva sustentável”; [inserção]Inovação e maturidade tecnológica (escala TRL);
 - ✓ (11) – (CA3S): (09) Equipe (capacidade de administrar e implementar)”; (T&D3S): (01) Gestão – equipe, parcerias e recursos; (01) Perfil empreendedor;
 - ✓ (08) – (CA3S): (01) Avaliação/mitigação dos riscos, (T&D3S): (05) Protótipo, (01) MVP e (01) Vídeo protótipo.
 - ✓ Observação:
 - Critérios de avaliação sem congruência e sem relevância: [descartados] (Q63) (CA3S) (CA2SSC) (03) “Percepção do avaliador (subjetivo)”; (Q63) (CA3S) (CA2SSC) (03) Ordem de inscrição; (CA3S) (00) Atratividade de investimento; (CA3S) (00) Potencial de IPO (oferta pública inicial).
 - Critérios de avaliação sem congruências (CA3SSC): (18) “Sustentabilidade Social”; (03) “Sustentabilidade ambiental”; (02) “Estratégia de Marketing”; (02) “Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)”; (01) Proteção Propriedade Intelectual, (01) Usabilidade.

Quadro 78 – Congruências: critérios, tarefas e documento (fases finais)

Critérios de avaliação: fase 3.ª Seleção	Tarefas e documentos: fase fases finais	Frequência
(CA3S) (07) Apresentação <i>Pitch</i> (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção]Tempo de apresentação (entre 5 e 7 minutos);	(T&D3S) (11) <i>Slides</i> de apresentação (<i>Pitch</i>); (13) Apresentação em tempo real (<i>Pitch</i>) e/ou (07) Vídeo <i>Pitch</i> (apresentação gravada);	38
(CA3S) (11) [renomeado]coerência entre dor e remédios [atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)]; (05) “Originalidade da ideia de negócio”;	(T&D3S) (14) ideia de negócio”;	30
(CA3S) (06) “Potencial e a escalabilidade do negócio”; (05) Sustentabilidade financeira; (03) “Potencial de crescimento do negócio”; (01) “Potencial de monetização/comercialização”;	(T&D3S) (06) viabilidade econômica	21
(CA3S) (06) Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)”; (03) “Análise ambiental (concorrência)”;	(T&D3S) (08) Plano/projeto de negócios;	17
(CA3S) (03) Definição do cliente”;	(T&D3S) (08) <i>Canvas</i> ; (03) proposta de valor; (02) <i>Lean Canvas</i> ; (01) Mapa de empatia;	17
(CA3S) (10) Potencial de inovação (gerar mercado)”; (02) “Vantagem competitiva sustentável”;	[inserção]Inovação e maturidade tecnológica (escala TRL);	12
(CA3S) (09) Equipe (capacidade de administrar e implementar)”;	(T&D3S) (01) Gestão – equipe, parcerias e recursos; (01) Perfil empreendedor	11
(CA3S) (01) Avaliação/mitigação dos riscos,	(T&D3S) (05) Protótipo, (01) MVP e (01) Vídeo protótipo;	08
<p>Critérios de avaliação sem congruência e sem relevância: [descartados] (Q63) (CA3S) (CA2SSC) (03) “Percepção do avaliador (subjetivo)”; (Q63) (CA3S) (CA2SSC) (03) Ordem de inscrição; (CA3S) (00) Atratividade de investimento; (CA3S) (00) Potencial de IPO (oferta pública inicial)</p> <p>Critérios de avaliação sem congruências (CA3SSC): (18) “Sustentabilidade Social”; (03) “Sustentabilidade ambiental”; (02) “Estratégia de Marketing”; (02) “Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)”;</p>		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Após observação exploratória das similaridades entre as congruências: critérios, tarefas e documentos (Quadro 78); os critérios sem congruências (CA3SSC) (Quadro 78); o conteúdo programático: sem congruências nas fases intermediárias (CP2FSC) (Quadro 72), não sugerido para as fases intermediárias (CP2FNS) (Quadro 72) e considerando que o conteúdo da 2.ª Formação é obrigatória (não há necessidade de reaplicação do conteúdo nas formações finais), a análise sugere as seguintes nomenclaturas do conteúdo programático das fases finais (Quadro 79):

✓ (CP2FNS) Tipos de inovação;

- ✓ (CP2FNS) Maturidade tecnológica (escala TRL);
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Viabilidade socioambiental;
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Noções de Marketing e funil de vendas;
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Gerenciamento de projetos;
- ✓ [inserção] *Business Process Management* (BPM);
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Contrato societário e abertura de empresa;
- ✓ (CP2FSC) (Q57) (Q58) Propriedade Intelectual;
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Transferência tecnológica;
- ✓ (CP2FNS) Escalabilidade; (CP2FNS) Valuation;
- ✓ [inserção] Fontes de financiamento e negociação com investidores;
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Experiência do usuário (UX);
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Formação Empreendedora;
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Tipos de Empreendedorismo;
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Ecossistema empreendedor;
- ✓ (CP2FSC) (Q58) Processo Empreendedor;
- ✓ (CP2FSC) (Q57) (Q58) Empreendedorismo científico;
- ✓ Observação:
 - Critérios de avaliação contemplados no conteúdo da fase intermediária: Equipe (capacidade de administrar e implementar)”; coerência entre dor e remédios; Originalidade da ideia de negócio; Definição do cliente; Números e dados realistas; Análise ambiental (concorrência); Avaliação/mitigação dos riscos, Potencial e a escalabilidade do negócio; Sustentabilidade financeira; Potencial de crescimento do negócio; Potencial de monetização/comercialização; Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção] Tempo de apresentação (entre 5 e 7 minutos).
 - Tarefas e documentos contemplados no conteúdo da fase intermediária: Gestão – equipe, parcerias e recursos; (01) Perfil empreendedor; ideia de negócio; Canvas; proposta de valor; Lean Canvas; Mapa de empatia; Plano/projeto de negócios; Protótipo, MVP; Vídeo protótipo; viabilidade econômica; Slides de apresentação (Pitch); Apresentação em tempo real (Pitch); Vídeo Pitch (apresentação gravada).

Quadro 79 – Nomenclatura do conteúdo para aplicação (fases finais)

Critérios de avaliação: fase 3.ª Seleção	Conteúdo programático
(CA3S) (10) Potencial de inovação (gerar mercado)”; (02) “Vantagem competitiva sustentável”;	(CP2FNS) Tipos de inovação; (CP2FNS) Maturidade tecnológica (escala TRL);
(CA3SSC) (06) “Sustentabilidade Social”; (CA3SSC) (03) “Sustentabilidade ambiental”;	(CP2FSC) (Q58) Viabilidade socioambiental;
(CA3SSC) (02) “Estratégia de Marketing”;	(CP2FSC) (Q58) Noções de Marketing e funil de vendas;
(CA3SSC) (02) “Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)”;	(CP2FSC) (Q58) Gerenciamento de projetos; [inserção] <i>Business Process Management</i> (BPM);
(CA3SSC) (01) Proteção Propriedade Intelectual,	(CP2FSC) (Q58) Contrato societário e abertura de empresa; (CP2FSC) (Q57) (Q58) Propriedade Intelectual; (CP2FSC) (Q58) Transferência tecnológica;
	(CP2FNS) Escalabilidade; (CP2FNS) Valuation; [inserção] Fontes de financiamento e negociação com investidores
(CA3SSC) (01) Usabilidade.	(CP2FSC) (Q58) Experiência do usuário (UX);
	(CP2FSC) (Q58) Formação Empreendedora; (CP2FSC) (Q58) Tipos de Empreendedorismo; (CP2FSC) (Q58) Ecossistema empreendedor; (CP2FSC) (Q58) Processo Empreendedor; (CP2FSC) (Q57) (Q58) Empreendedorismo científico;
<p><u>Critérios de avaliação contemplados no conteúdo da fase intermediária:</u> Equipe (capacidade de administrar e implementar)”; coerência entre dor e remédios; Originalidade da ideia de negócio; Definição do cliente; Números e dados realistas; Análise ambiental (concorrência); Avaliação/mitigação dos riscos, Potencial e a escalabilidade do negócio; Sustentabilidade financeira; Potencial de crescimento do negócio; Potencial de monetização/comercialização; Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário); [inserção] Tempo de apresentação (entre 5 e 7 minutos).</p> <p><u>Tarefas e documentos contemplados no conteúdo da fase intermediária:</u> Gestão – equipe, parcerias e recursos; (01) Perfil empreendedor; ideia de negócio; Canvas; proposta de valor; Lean Canvas; Mapa de empatia; Plano/projeto de negócios; Protótipo, MVP; Vídeo protótipo; viabilidade econômica; Slides de apresentação (Pitch); Apresentação em tempo real (Pitch); Vídeo Pitch (apresentação gravada).</p>	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Após observação exploratória entre as colaborações das formações finais [aperfeiçoamento da escrita do plano de negócios, na realização dos testes de validação dos protótipos, no aperfeiçoamento dos protótipos, na preparação das equipes para as seleções finais e na preparação das equipes para negociações com os investidores] (item 4.4.7.1) e as nomenclaturas do conteúdo programático para aplicação nas fases finais (Quadro 79), a análise sugere o seguinte conteúdo programático para as fases finais (Quadro 80):

- Conteúdo que necessita de atividades práticas vivenciais:
 - (3a) *Business Process Management* (BPM);
 - (3b) Gerenciamento de projetos;
 - (3c) Experiência do usuário (UX);
 - (3d) Noções de Marketing e funil de vendas;

- (3e) Viabilidade socioambiental;
- (3f) Escalabilidade;
- (3g) Valuation;
- (3h) Fontes de financiamento e negociação com investidores;
- Conteúdo que pode ser aplicado sem atividades práticas:
 - (4a) Formação Empreendedora;
 - (4b) Tipos de Empreendedorismo;
 - (4c) Ecossistema empreendedor;
 - (4d) Processo Empreendedor;
 - (4e) Empreendedorismo científico;
 - (4f) Tipos de inovação;
 - (4g) Maturidade tecnológica (escala TRL);
 - (4h) Contrato societário e abertura de empresa;
 - (4i) Propriedade Intelectual;
 - (4j) Transferência tecnológica;

Quadro 80 – Conteúdo programático sugerido nas fases finais

Conteúdo programático sugerido nas fases finais	
Necessita de atividades práticas vivenciais	Pode ser aplicado sem atividades práticas
(3a) <i>Business Process Management</i> (BPM);	(3h) Fontes de financiamento e negociação com investidores;
(3b) Gerenciamento de projetos;	(4a) Formação Empreendedora;
(3c) Experiência do usuário (UX);	(4b) Tipos de Empreendedorismo;
(3d) Noções de Marketing e funil de vendas;	(4c) Ecossistema empreendedor;
(3e) Viabilidade socioambiental;	(4d) Processo Empreendedor;
(3f) Escalabilidade;	(4e) Empreendedorismo científico;
(3g) Valuation;	(4f) Tipos de inovação;
	(4g) Maturidade tecnológica (escala TRL);
	(4h) Contrato societário e abertura de empresa;
	(4i) Propriedade Intelectual;
	(4j) Transferência tecnológica;

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Segue resumo da análise das fases finais (Quadro 81):

Fase: 3.ª Formação (consolidação) – a maior frequência identificada foi uma formação antes das seleções finais.

Quanto ao conteúdo na fase 3.^a Formação, a análise sugere o seguinte conteúdo programático: *Business Process Management* (BPM); Gerenciamento de projetos; Experiência do usuário (UX); Noções de Marketing e funil de vendas; Viabilidade socioambiental; Escalabilidade; Valuation; Fontes de financiamento e negociação com investidores; Formação Empreendedora; Tipos de Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Processo Empreendedor; Empreendedorismo científico; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL); Contrato societário e abertura de empresa; Propriedade Intelectual; Transferência tecnológica.

Quanto às tarefas da fase 3.^a Formação, a análise sugere as seguintes tarefas solicitadas: elabore o mapeamento do processo de negócios; identifique os requisitos do protótipo; elabore o caminho crítico e o *Roadmap*; elabore o mapa da jornada do usuário (UX); elabore o plano de Marketing; efetue consulta de patentes e marcas; elabore o memorando de entendimento; elabore o estudo de viabilidade; elabore o *Valuation*; atualize o perfil dos membros da equipe; atualize o *Canvas* e a proposta de valor; aperfeiçoe o protótipo; atualize a trilha do protótipo; atualize o plano de negócio; atualize a apresentação *Pitch* (entre 5 e 7 minutos).

Fase: Seleção final (consolidação) – as maiores frequências identificadas foram uma seleção com acesso público e apresentações presenciais. Quanto aos documentos nas seleções finais, a análise sugere os seguintes documentos avaliados: perfil dos membros da equipe; *Canvas* e a proposta de valor; trilha do protótipo e protótipo; estudo de viabilidade; *Valuation*; plano de negócio; apresentação *Pitch* (entre 5 e 7 minutos).

Quanto aos critérios nas seleções finais, a análise sugere os seguintes critérios de avaliação: equipe (capacidade de administrar e implementar); coerência entre dor e remédio (problema e solução); sustentabilidade financeira; potencial de inovação (gerar mercado); viabilidade do negócio: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; apresentação *Pitch* (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Fase: Premiação – a maior frequência identificada foi de recursos não econômicos e recursos econômicos. Quanto às premiações não econômicas, as mais frequentes foram: títulos (1^o, 2^o e 3^o lugar nas seleções intermediárias e nas finais); certificados (participação e conclusão dos cursos de formação); mentorias com especialistas (durante e após a CPN); encaminhamentos para outras ações ou eventos: incubadoras; aceleradoras; habitats de inovação e roda de investidores;

outras CPN (seletivas para competições nacionais); suporte e recursos informáticos (acesso subsidiado a serviços online e cursos de capacitação).

Quanto às premiações econômicas, as mais frequentes foram: prêmio pecúlio, recursos de custeio, recursos de capital e bolsas de formação/pesquisa. Os maiores valores de recursos econômicos identificados foram: US \$ 105.000,00 (cento e cinco mil dólares americanos); UK € 40.000,00 (quarenta mil libras esterlinas britânica); e BR R\$ 324.000,00 (trezentos e vinte e quatro mil reais brasileiros).

Quadro 81 – Conteúdo, tarefas, documentos e critérios (fases finais)

Conteúdo programático: fases finais	<i>Business Process Management</i> (BPM); Gerenciamento de projetos; Experiência do usuário (UX); Noções de Marketing e funil de vendas; Viabilidade socioambiental; Escalabilidade; Valuation; Fontes de financiamento e negociação com investidores; Formação Empreendedora; Tipos de Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Processo Empreendedor; Empreendedorismo científico; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL); Contrato societário e abertura de empresa; Propriedade Intelectual; Transferência tecnológica.
Tarefas solicitadas: fases finais	elabore o mapeamento do processo de negócios; identifique os requisitos do protótipo; elabore o caminho crítico e o Roadmap; elabore o mapa da jornada do usuário (UX); elabore o plano de Marketing; efetue consulta de patentes e marcas; elabore o memorando de entendimento; elabore o estudo de viabilidade; elabore o Valuation; atualize o perfil dos membros da equipe; atualize o Canvas e a proposta de valor; aperfeiçoe o protótipo; atualize a trilha do protótipo; atualize o plano de negócio; atualize a apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).
Documentos avaliados: fases finais	perfil dos membros da equipe; Canvas e a proposta de valor; trilha do protótipo e protótipo; estudo de viabilidade; Valuation; plano de negócio; apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).
Critérios de avaliação: fases finais	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade do negócio: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4.5 Conclusões da pesquisa

Na busca das práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as Competições de Planos de Negócios (CPN) no ambiente acadêmico, a presente pesquisa apresenta o atendimento dos seus objetivos da pesquisa.

4.5.1 Categorias e indicadores do processo para as CPN

Considerando os achados da fundamentação teórica e da pesquisa, após observação exploratória comparativa, a análise sugere a identificação de 14 categorias e 65 indicadores do processo para as CPN. Nesse sentido, as categorias do processo para as CPN identificadas foram (Quadro 82): Captação de recursos; Sensibilização e Publicidade; Pré-Inscrição; Formação preparatória; Inscrição; Seleção inicial; Convocação inicial; Formação inicial; Semifinal; Convocação dos finalistas; Formação final; Seleção final; Premiação e Controle.

Quadro 82 – Categorias do processo para as CPN

Categorias	Área
(1) Captação de recursos	Administrativa
(2) Sensibilização e Publicidade	Administrativa
(3) Pré-Inscrição	preparatória
(4) Formação preparatória	preparatória
(5) Inscrição	Inicial
(6) Seleção inicial	Inicial
(7) Convocação inicial	Inicial
(8) Formação inicial	Intermediária
(9) Semifinal	Intermediária
(10) Convocação dos finalistas	Intermediária
(11) Formação final	Final
(12) Seleção final	Final
(13) Premiação	Conclusão
(14) Controle	Conclusão

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quanto aos indicadores do processo para as CPN, foram mapeados 65 indicadores distribuídos entre as 14 categorias identificadas, nesse sentido, segue a descrição das categorias e indicadores do processo para as CPN (Quadro 83).

4.5.1.1 Categoria: Captação de recursos

A captação e alocação de recursos ocorre antes do lançamento e divulgação das inscrições para a CPN. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Recursos não econômicos - Humanos: Coordenadores Gerais; Coordenadores locais; orientadores de negócios locais; orientadores técnicos locais; apoio administrativo e tecnológico local; monitores de acompanhamento local; comissão de seleção; e jurados AD HOC; Infraestrutura local: sala de aula; sala de videoconferência; laboratório de informática, laboratório-oficina (*Fab labs*); Tecnológicos: *notebook*, impressora; *internet*; ambiente virtual de aprendizagem; aplicativo de gravação de reunião; *drive online*; *hotsite* e redes sociais; Parceiros: patrocinadores; apoiadores e investidores anjos; Premiação: títulos; mentoria; suporte e recursos tecnológicos; encaminhamentos.
- Recursos econômicos - Capital: compra de equipamentos e *software*; Custeio: diárias, deslocamento, passagens, hospedagem, insumos, mão-de-obra, medalhas/troféus e material de expediente; Pecúlio: prêmio em dinheiro; Bolsa de pesquisa: Coordenador Geral, orientadores de negócios, monitores de acompanhamento e pesquisadores estudantes;
- Disponibilidade dos recursos: Emissão de empenhos; Transferência dos recursos;
- Adesão dos *campi* a CPN: Termo de adesão (indicação do orientador, listagem dos empenhos e confirmação de participação);
- Designação dos recursos humanos: Coordenador Geral, orientadores de negócios, apoio administrativo e tecnológico e monitores de acompanhamento.

4.5.1.2 Categoria: Sensibilização e publicidade

A sensibilização e publicidade da competição de planos de negócios é realizada durante todas as fases da competição. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Edital de lançamento: documento normativo das etapas, fases, regras, atribuições e procedimento para a execução da competição de planos de negócios.

- Sensibilização: divulgação do edital, da *live* de lançamento, do *hotsite* e redes sociais da competição de planos de negócios.
- Eventos: *live* de lançamento; aulas-palestra; central de dúvidas; aula inaugural (Formação preparatória e Formação inicial) e Premiação.
- Publicações: formulário de inscrição; edital; manual de instruções e regras; perguntas frequentes (FAQ); vídeos, *cards* e *banners*; listagem: dos inscritos, dos selecionados, dos convocados, dos classificados, dos aprovados e dos vencedores; resultados; certificados; relatórios; *e-Book*.
- Arquivo: armazenamento dos atos produzidos;

4.5.1.3 Categoria: Pré-Inscrição

Conduzida pela comissão de seleção, é optativa e recebe inscrições individuais que antecedem a Formação preparatória. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Acolhimento das pré-inscrições;
- Deferimento das pré-inscrições;
- Matrícula no ambiente virtual de aprendizagem (AVA);
- Acesso ao AVA.

4.5.1.4 Categoria: Formação preparatória

A Formação preparatória é optativa, com participantes individuais cujo objetivo é ofertar Formação Empreendedora contributiva para a inscrição das equipes para a fase Seleção inicial. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Aulas: inaugural; síncronas; assíncronas;
- Orientações e mentorias presenciais; oficinas; *coworking*.
- Conteúdo programático: *Design*, comportamento e ambiente da equipe; Ideia X oportunidade; Modelagem *Canvas* e proposta de valor; Tipos de monetização; Elaboração da apresentação *Pitch*; Gravação da apresentação *Pitch*.
- Tarefas: Descreva o perfil dos membros da equipe; escreva a ideia de negócio; elabore o *Canvas* e a proposta de valor; descreva a monetização; elabore sua

apresentação *Pitch* (*slides*); grave sua apresentação *Pitch* (entre 3 e 5 minutos).

- Certificação.

4.5.1.5 Categoria: Inscrição

Conduzida pela comissão de seleção, acolhe ideias (documentos) das equipes candidatas e encaminha para a fase Seleção inicial. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Designação dos jurados
- Formulário de inscrição: instrumento de envio dos dados pessoais e acadêmicos com a sinalização da principal funcionalidade nas equipes: (a) administrativo e financeiro; (b) *Marketing* e comercial; e (c) técnico e *design* funcional;
- Conferência dos documentos: dados pessoais e acadêmicos; perfil dos membros da equipe; ideia de negócio (Dor X Remédio); *Canvas* e a proposta de valor; Tipo de monetização; *slides* da apresentação *Pitch*; vídeo apresentação *Pitch* (gravado);
- Deferimento das inscrições.

4.5.1.6 Categoria: Seleção inicial

Conduzida pela comissão de seleção, os jurados avaliam remotamente e classificam as ideias (documentos) e as apresentações gravadas das equipes. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Documentos: Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); *Canvas* e proposta de valor; Tipo de monetização; *Slides* da apresentação *Pitch*; Vídeo apresentação *Pitch* (gravado).
- Critérios de avaliação: Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação *Pitch* (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

- Apresentações;
- Avaliações;
- Classificação.

4.5.1.7 Categoria: Convocação inicial

Publicação da listagem dos classificados aprovados para a CPN. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Convocação das equipes;
- Matrícula no AVA;
- Acesso ao AVA.

4.5.1.8 Categoria: Formação inicial

A Formação inicial, acolhe as equipes convocadas para a CPN, cujo objetivo é ofertar Formação Empreendedora incremental e vivencial, preparando as equipes para a Semifinal. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Aulas: inaugural; síncronas; assíncronas;
- orientações e mentorias presenciais; oficinas; *coworking*.
- Conteúdo programático: *Design*, comportamento e ambiente da equipe; Competências Empreendedoras; Ideia X oportunidade; Modelagem *Canvas* e proposta de valor; Teste e validação de ideias; Análise mercadológica; Tipos de monetização; *Lean Canvas*; Prototipação e MVP; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); escrita de plano de negócio; escrita de projeto de pesquisa; Elaboração da apresentação *Pitch*; Gravação da apresentação *Pitch*.
- Tarefas: Descreva o perfil dos membros da equipe; elabore o *Canvas* e a proposta de valor; *Persona* e mapa de empatia; pesquise o mercado; elabore e teste um protótipo; elabore a trilha do protótipo; descreva a monetização e a sustentabilidade financeira; escreva o plano de negócio; elabore sua apresentação *Pitch (slides)*; grave sua apresentação *Pitch* (entre 3 e 5 minutos).
- Certificação.

4.5.1.9 Categoria: Semifinal

Conduzida pela comissão de seleção, os jurados avaliam presencialmente e classificam as ideias (documentos), os protótipos e as apresentações em tempo real das equipes. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Documentos: Perfil dos membros da equipe; *Canvas* e proposta de valor; Análise mercadológica; Trilha do protótipo e protótipo; Monetização e a sustentabilidade financeira; Plano de negócio; *Slides* da apresentação *Pitch*; Apresentação *Pitch* (em tempo real).
- Critérios de avaliação: Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação *Pitch* (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).
- Apresentações;
- Avaliações;
- Classificação;

4.5.1.10 Categoria: Convocação dos finalistas

Na fase Convocação dos finalistas, é publicada a listagem dos classificados aprovados para a Formação final. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Convocação das equipes;
- Premiações não econômicas;
- Matrícula no AVA;
- Acesso ao AVA.

4.5.1.11 Categoria: Formação final

A Formação final, acolhe as equipes convocadas para a etapa final da competição de planos de negócios, cujo objetivo é ofertar Formação Empreendedora incremental e vivencial preparando as equipes para a Seleção final. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Aulas: inaugural; síncronas; assíncronas;
- orientações e mentorias presenciais; oficinas; *coworking*.
- Conteúdo programático: *Business Process Management* (BPM); Gerenciamento de projetos; Experiência do usuário (UX); Noções de *Marketing* e funil de vendas; Viabilidade socioambiental; Escalabilidade; *Valuation*; Fontes de financiamento e negociação com investidores; Formação Empreendedora; Tipos de Empreendedorismo; Ecosistema empreendedor; Processo Empreendedor; Empreendedorismo científico; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL); Contrato societário e abertura de empresa; Propriedade Intelectual; Transferência tecnológica.
- Tarefas: elabore o mapeamento do processo de negócios; identifique os requisitos do protótipo; elabore o caminho crítico e o *Roadmap*; elabore o mapa da jornada do usuário (UX); elabore o plano de *Marketing*; efetue consulta de patentes e marcas; elabore o memorando de entendimento; elabore o estudo de viabilidade; elabore o *Valuation*; atualize o perfil dos membros da equipe; atualize o *Canvas* e a proposta de valor; aperfeiçoe o protótipo; atualize a trilha do protótipo; atualize o plano de negócio; atualize a apresentação *Pitch* (entre 5 e 7 minutos).
- Certificação.

4.5.1.12 Categoria: Seleção final

Conduzida pela comissão de seleção, os jurados avaliam presencialmente e classificam as ideias (documentos), os protótipos e as apresentações em tempo real das equipes. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Documentos: perfil dos membros da equipe; *Canvas* e a proposta de valor; trilha do protótipo e protótipo; estudo de viabilidade; *Valuation*; plano de negócio; apresentação *Pitch* (entre 5 e 7 minutos).
- Critérios de avaliação: Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade do negócio: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação *Pitch* (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

- Apresentações;
- Avaliações;
- Classificação;

4.5.1.13 Categoria: Premiação

Na Premiação, os planos e protótipos de negócios com as melhores avaliações, recebem o reconhecimento público e as premiações econômicas e não econômicas. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Titulação;
- Certificação;
- Premiações não econômicas.
- Premiações econômicas;
- Encaminhamentos.

4.5.1.14 Categoria: Controle

Após as premiações finais, as equipes, os monitores de acompanhamento, os orientadores devem realizar o envio do relato de experiência e do relatório final (prestação de contas) das atividades e recursos utilizados para as CPN. Os indicadores mapeados nesta categoria foram:

- Relatos de experiências;
- Relatório final;
- Painel de ideias;
- Painel de protótipos;
- Avaliação da competição de planos de negócios.

Quadro 83 – Categorias e indicadores do processo para as CPN

Administrativa 02 categorias 10 indicadores	Categoria: Captação de recursos	Categoria: Sensibilização e Publicidade		
	Recursos não econômicos;	Edital de lançamento;		
	Recursos econômicos;	Sensibilização;		
	Disponibilidade dos recursos;	Eventos;		
	Adesão dos <i>campi</i> a CPN;	Publicações;		
	Designação dos recursos humanos	Arquivo.		
Preparatória 02 categorias 09 indicadores	Categoria: Pré-Inscrição	Categoria: Formação preparatória		
	Acolhimento das pré-inscrições;	Aulas e oficinas;		
	Deferimento das pré-inscrições;	Orientação e mentoria;		
	Matrícula no AVA	Conteúdo programático;		
	Acesso ao AVA	Tarefas;		
		Certificação.		
Inicial 03 categorias 12 indicadores	Categoria: Inscrição		Categoria: Seleção inicial	Categoria: Convocação inicial
	Designação dos jurados		Documentos;	Convocação das equipes.
	Formulário de inscrição;		Crterios de avaliação;	Matrícula no AVA
	Conferência dos documentos;		Apresentações;	Acesso ao AVA
	Deferimento das inscrições.		Avaliações;	
		Classificação.		
Intermediária 03 categorias 14 indicadores		Categoria: Formação inicial	Categoria: Semifinal	Categoria: Convocação dos finalistas
		Aulas e oficinas;	Documentos;	Convocação das equipes.
		Orientação e mentoria;	Crterios de avaliação;	Premiações não econômicas.
		Conteúdo programático;	Apresentações;	Matrícula no AVA
		Tarefas;	Avaliações;	Acesso ao AVA
	Certificação.	Classificação;		
Final 02 categorias 10 indicadores		Categoria: Formação final	Categoria: Seleção final	
		Aulas e oficinas;	Documentos;	
		Orientação e mentoria;	Crterios de avaliação;	
		Conteúdo programático;	Apresentações;	
		Tarefas;	Avaliações;	
	Certificação.	Classificação;		
Conclusão 02 categorias 10 indicadores			Categoria: Premiação	Categoria: Controle
			Titulação;	Relatos de experiências;
			Certificação;	Relatório final;
			Premiações não econômicas.	Painel de ideias;
			Premiações econômicas;	Painel de protótipos;
		Encaminhamentos;	Avaliação da competição de planos de negócios.	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4.5.2 Modelo Conceitual para as Competições de Planos de Negócios

Considerando os achados da fundamentação teórica e da pesquisa, após observação exploratória comparativa, a análise sugere um Modelo Conceitual para as CPN com 7 etapas e 12 fases (Quadro 84 e Figura 34):

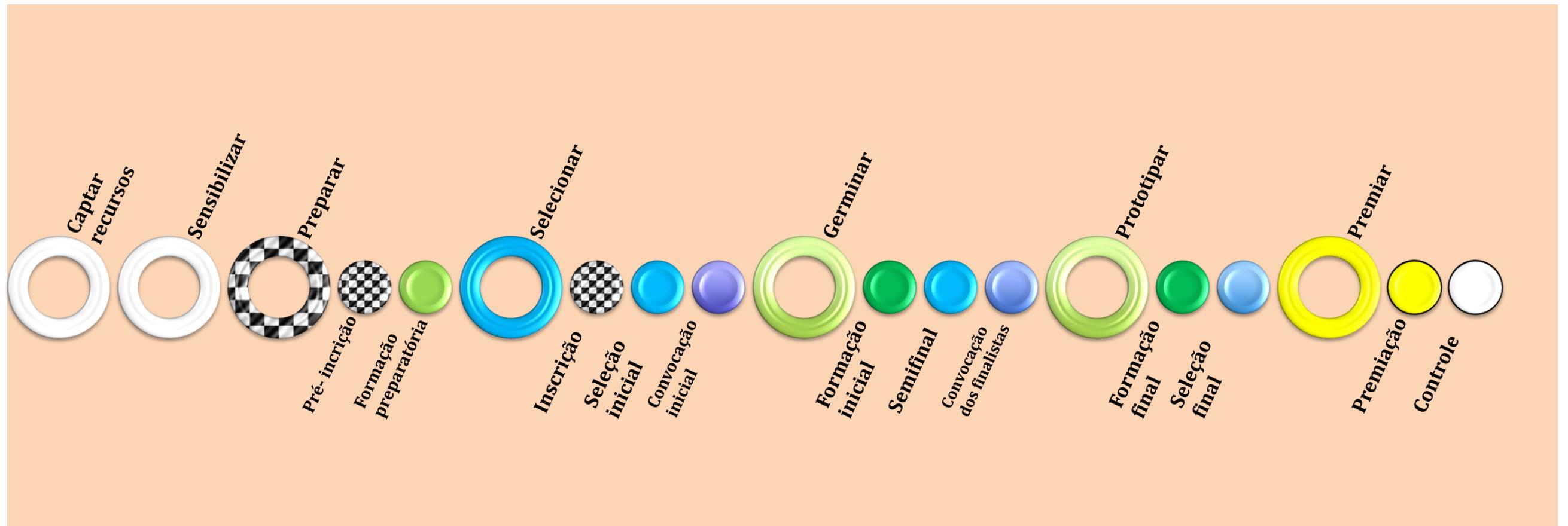
- 1) 1.^a Etapa – Captar recursos;
- 2) 2.^a Etapa – Sensibilizar;
- 3) 3.^a Etapa – Preparar: Pré-Inscrição; Formação preparatória;
- 4) 4.^a Etapa – Selecionar: Inscrição; Seleção inicial; Convocação inicial;
- 5) 5.^a Etapa – Germinar: Formação inicial, Semifinal; Convocação dos finalistas;
- 6) 6.^a Etapa – Prototipar: Formação final; Seleção final;
- 7) 7.^a Etapa – Premiar: Premiação; Controle.

Quadro 84 – Etapas/Fases do Modelo Conceitual para as CPN

Etapas	Fases
1. ^a Etapa – Captar recursos	
2. ^a Etapa – Sensibilizar	
3. ^a Etapa – Preparar:	1. ^a Fase – Pré-Inscrição;
	2. ^a Fase – Formação preparatória;
4. ^a Etapa – Selecionar:	3. ^a Fase – Inscrição;
	4. ^a Fase – Seleção inicial;
	5. ^a Fase – Convocação inicial;
5. ^a Etapa – Germinar	6. ^a Fase – Formação inicial;
	7. ^a Fase – Semifinal;
	8. ^a Fase – Convocação dos finalistas;
6. ^a Etapa – Prototipar	9. ^a Fase – Formação final;
	10. ^a Fase – Seleção final;
7. ^a Etapa – Premiar	11. ^a Fase – Premiação;
	12. ^a Fase – Controle.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Figura 34 – Desenho estrutural para as CPN



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Na **1.^a etapa – Organizar**, temos a etapa de articulação com os parceiros (patrocinadores; apoiadores e investidores anjos) e confirmação dos recursos não econômicos e econômicos.

- Quanto aos parceiros (internos e externos da instituição organizadora):
 1. Patrocinadores são departamentos ou organizações que destinam recursos econômicos e não econômicos para implementação da competição de planos de negócios;
 2. Apoiadores são departamentos ou organizações que destinam apenas recursos não econômicos para a implementação da competição de planos de negócios; investidores anjos são pessoas ou organizações que disponibilizam recursos econômicos e não econômicos para desenvolvimento e implementação das ideias e protótipos da competição de planos de negócios.
- Quanto aos recursos humanos (não econômicos):
 1. Para a organização e implementação da competição de planos de negócios, é necessário a designação de um Coordenador geral na articulação dos orientadores e no gerenciamento e execução dos recursos e da competição de planos de negócios.
 2. Para a condução das orientações e mentoria das equipes, é necessário a designação de um orientador de negócios local na articulação dos participantes durante a CPN e no gerenciamento e execução dos recursos locais e da competição de planos de negócios local.
 3. Para o apoio das orientações e mentoria das equipes, é importante os orientadores de negócios locais realizarem a articulação e recrutamento dos orientadores técnicos (profissionais dos saberes em desenvolvimento para as CPN).
 4. Para o apoio administrativo e tecnológico local (secretaria e suporte administrativo e tecnológico), é necessário a designação de um secretário-geral, de secretários regionais *multicampi* e de um agente tecnológico local no suporte tecnológico e publicitário (*hotsite* e redes sociais).
 5. Para o apoio da condução do ensino, pesquisa, extensão e inovação, se faz necessário a designação de um monitor de acompanhamento local (estudante) que irá contribuir junto ao orientador de negócios na organização e execução local da competição de planos de negócios.
 6. Para a organização e implementação das inscrições e das seleções da competição de planos de negócios, é necessário a designação de um Presidente e de

membros locais da comissão de seleção na condução e execução das inscrições e dos processos seletivos.

7. Para as avaliações das seleções da competição de planos de negócios, é necessário a designação de jurados *Ad Hoc* na condução das avaliações dos documentos e apresentações das equipes participantes da competição de planos de negócios.
 - Quanto aos recursos infraestrutura (não econômicos):
 1. Para a realização das aulas, é necessário a reserva de uma sala de videoconferência ou laboratório de informática;
 2. Para a realização das atividades locais e desenvolvimento das ideias, é necessário a reserva de uma sala de aula ou espaço para orientação local e coworking com as equipes locais;
 3. Para os testes e desenvolvimento dos protótipos, é importante a reserva de um laboratório-oficina (*Fab labs*) ou espaço similar para suporte no desenvolvimento dos protótipos.
 - Quanto aos recursos tecnológicos (não econômicos):
 1. Para a realização das formações e seleções, é necessário:
 - Computador ou notebook, impressora local e acesso à internet (orientadores e estudantes);
 - Ambiente virtual de aprendizagem (AVA);
 - Aplicativo de gravação de reunião/aula remota;
 - Espaço de arquivo online para o arquivamento dos documentos produzidos e dos atos publicados pela CPN;
 - *Hotsite* (página na internet) para informações, formulários, divulgação e apresentação dos documentos produzidos na competição de planos de negócios;
 - Redes sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn e YouTube) para informações e divulgação da competição de planos de negócios.
 - Quanto às premiações (não econômicos):
 2. Para o reconhecimento de desempenho acadêmico das equipes, é necessário:
 - Troféus e/ou medalhas (1º, 2º e 3º lugar) na Seleção final;
 - Títulos de desempenho acadêmico (1º, 2º e 3º lugar) na Semifinal e Seleção final.

- Para continuidade no desenvolvimento do negócio, é necessário:
 - Encaminhamento das equipes (*Fab Labs*, incubadoras, aceleradoras, hub de inovação, parque tecnológico, roda de investidores, outras CPN) para extensão tecnológica;
 - Fornecimento de suporte e recursos tecnológicos (cursos de capacitação, mentorias, servidores web, plataformas de desenvolvimento etc.).
- Quanto aos recursos econômicos:
- Para a atualização/implantação de infraestrutura e equipamentos, é necessário dimensionar as necessidades de capital: sala de aula, sala de videoconferência, laboratório de informática e/ou laboratório-oficina (*Fab labs*) para a execução da competição de planos de negócios.
- Para pagamento das despesas de execução, é necessário dimensionar as necessidades de custeio: diárias, deslocamento, passagens, hospedagem, insumos, mão-de-obra, medalhas/troféus e material de expediente da competição de planos de negócios (com e sem fundação de apoio).
- Para as premiações das equipes vencedoras na Seleção final (local e geral), é necessário dimensionar os valores de pecúlio para o 1º lugar e para o 2º lugar (local e geral).
- Para pagamento de bolsas (econômicos), é necessário dimensionar os valores a serem empenhados para pagamento das bolsas:
 - Orientação, destinado ao Coordenador Geral e aos orientadores de negócios locais (a partir da 2.ª etapa – Sensibilizar);
 - Formação, destinado aos estudantes das equipes de desenvolvimentos (na Formação inicial);
 - Pesquisa, destinado aos estudantes monitores de acompanhamento (a partir da 2.ª etapa – Sensibilizar) e estudantes das equipes de desenvolvimentos (a partir da Formação final).
- Quando a disponibilidade dos recursos:
- Não econômicos, é necessário o dimensionamento e listagem dos requisitos da competição de planos de negócios e o plano de ação para captação e disponibilidade dos recursos da competição de planos de negócios junto às organizações parceiras;

- Econômicos, é necessário o dimensionamento e listagem dos requisitos da competição de planos de negócios e o plano de ação para captação e disponibilidade dos recursos da competição de planos de negócios junto aos patrocinadores.
- Quanto a emissão dos empenhos:
- Para a garantia dos recursos e execução da competição de planos de negócios, é necessária uma garantia do provisionamento dos recursos por cada parceiro comprometido com a CPN.
- Quanto a transferência dos recursos, é necessário:
 - Elaboração de um plano de execução orçamentária orçamentário com a previsão da responsabilidade, disponibilidade e da execução dos recursos.
- Quanto a adesão dos campi (Unidades acadêmicas):
 - Para participação dos alunos das unidades na competição de planos de negócios, é importante a ciência e disponibilidade dos recursos não econômicos e econômicos locais. Nesse sentido, a Coordenação Geral gera o termo de adesão com a confirmação da indicação do orientador de negócios e a lista de empenhos provisionados.
 - Quanto à designação dos recursos humanos, é necessário a designação dos atores antes da publicação do edital de lançamento.
 - Quanto ao edital de lançamento, é o documento normativo das etapas, fases, regras, atribuições e procedimento para a execução da competição de planos de negócios, no qual dá início à 2.^a etapa – Sensibilizar.

Na **2.^a etapa – Sensibilizar**, conduzida pela coordenação geral e local, é a etapa com maior duração da competição de planos de negócios, pois tem início na sensibilização, e tem seu encerramento após a penúltima etapa Premiação (5.^a etapa).

- Quanto a sensibilização, é necessário a elaboração de um plano de ação e a implementação dos planos para a divulgação do edital, da live de lançamento, do hot site e redes sociais da competição de planos de negócios.
- Quanto ao lançamento e divulgação, é importante executar algumas ações (live de lançamento; aulas-palestra; central de dúvidas; aula inaugural) que estimulem a Pré-Inscrição (optativa) para a fase Formação preparatória (optativa) na qual visa contribuir na construção de propostas e formação de

equipes; e estimulem a fase Inscrição (obrigatória) que antecede a fase Seleção inicial.

- Quanto às publicações, é necessário que a CPN tenha como princípio a transparência e a publicidade dos atos administrativos e dos resultados durante toda a extensão da competição de planos de negócios, para a comunidade acadêmica e a sociedade.
- Quanto ao arquivo da competição de planos de negócios, é necessário que todos os documentos recebidos e produzidos sejam arquivados e preservados digitalmente.
- Quanto ao encerramento, é necessário a realização de um evento finalístico das premiações da competição de planos de negócios, após a Seleção final.

Na **3.^a etapa – Preparar**, composta pelas fases Pré-Inscrição e Formação preparatória (optativas), é a etapa de Formação preparatória que antecede a competição.

- Na fase Pré-Inscrição (optativa), conduzida pela comissão de seleção, é a fase que acolhe estudantes (pré-candidatos individuais) que solicitam participação da etapa Formação preparatória. Nesta fase, é necessário o acolhimento dos estudantes, o deferimento das pré-inscrições, a matrícula dos estudantes e liberação do acesso ao ambiente virtual de aprendizagem (AVA).
- Na fase Formação preparatória (optativa), conduzida pela coordenação geral e local, é a fase da Formação Empreendedora contributiva para a Inscrição das equipes para a fase Seleção inicial. A Formação preparatória é destinada aos estudantes que buscam aprendizagem na identificação das dores de mercado, na elaboração de soluções inovadoras e no preenchimento dos documentos necessários para a fase Inscrição da competição de planos de negócios (4.^a etapa). As aulas serão síncronas e assíncronas, sendo ofertado orientações e mentorias remotas e presenciais por meio de oficinas e coworking.
- O conteúdo programático aplicado são: Design, comportamento e ambiente da equipe; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Tipos de monetização; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.

- As tarefas desenvolvidas (documentos para Inscrição) são: Descreva o perfil dos membros da equipe; escreva a ideia de negócio; elabore o Canvas e a proposta de valor; descreva a monetização; elabore sua apresentação Pitch (slides); grave sua apresentação Pitch (entre 3 e 5 minutos).
- Quanto à certificação e aprovação da formação, conduzida pela coordenação geral e local, está condicionado a participação das aulas, das orientações e da apresentação das tarefas.

Na **4.^a etapa – Selecionar**, composta pelas fases Inscrição, Seleção inicial e Convocação inicial; é a etapa que contempla as fases para Seleção inicial.

- Na fase Inscrição, conduzida pela comissão de seleção, é a fase de acolhimento dos documentos para fase Seleção inicial por meio de formulário online: Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); Canvas e proposta de valor; Tipo de monetização; Slides da apresentação Pitch; Vídeo apresentação Pitch (gravado).
- Quanto à designação dos jurados, é a atividade de recrutamento, convocação e capacitação dos avaliadores da fase Seleção inicial. Quanto à conferência dos documentos e deferimento das inscrições por equipe, é a atividade que antecede a fase Seleção inicial.
- Na fase Seleção inicial, conduzida pela comissão de seleção, é a fase em que os jurados *Ad Hoc* avaliam ideias, apresentações *Pitch* gravadas e os outros documentos (acolhidos na fase Inscrição); e classificam as equipes conforme os seguintes critérios de avaliação: Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação Pitch (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).
- Quanto às avaliações e classificação das equipes, nessa fase serão realizadas totalmente remotas pelos jurados e cuja classificação das equipes é oficializada pela comissão de seleção.
- Na fase Convocação inicial, conduzida pela coordenação geral e local, é a fase de reconhecimento e convocação das equipes com os melhores desempenhos, classificadas e aprovadas para a CPN. Nesta fase, é necessário a matrícula e acesso ao ambiente virtual de aprendizagem (AVA) para a Formação inicial.

Na 5.^a etapa – **Germinar**, composta pelas fases Formação inicial, Semifinal e Convocação dos finalistas; é a etapa que contempla as atividades de aperfeiçoamento e validação das ideias de negócios.

- Na fase Formação inicial, conduzida pela coordenação geral e local, é a fase que acolhe as equipes convocadas para a CPN, cujo objetivo é ofertar Formação Empreendedora incremental e vivencial, preparando as equipes para a Semifinal. As aulas serão síncronas e assíncronas, sendo ofertado orientações e mentorias remotas e presenciais por meio de oficinas e coworking.
- O conteúdo programático aplicado são: Design, comportamento e ambiente da equipe; Competências Empreendedoras; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Teste e validação de ideias; Análise mercadológica; Tipos de monetização; Lean Canvas; Prototipação e MVP; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); escrita de plano de negócio; escrita de projeto de pesquisa; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.
- As tarefas desenvolvidas são: Descreva o perfil dos membros da equipe; elabore o Canvas e a proposta de valor; Persona e mapa de empatia; pesquise o mercado; elabore e teste um protótipo; elabore a trilha do protótipo; descreva a monetização e a sustentabilidade financeira; escreva o plano de negócio; elabore sua apresentação Pitch (slides); grave sua apresentação Pitch (entre 3 e 5 minutos).
- Quanto à certificação e aprovação da formação, conduzida pela coordenação geral e local, está condicionado a participação das aulas, das orientações e da apresentação das tarefas.
- Na fase Semifinal, conduzida pela comissão de seleção, é a fase em que os jurados *Ad Hoc* avaliam ideias, protótipos, apresentações *Pitch* presenciais e os outros documentos para seleção por meio de formulário online: Perfil dos membros da equipe; Canvas e proposta de valor; Análise mercadológica; Trilha do protótipo e protótipo; Monetização e a sustentabilidade financeira; Plano de negócio; Slides da apresentação Pitch; Apresentação Pitch (em tempo real).
- Quanto s avaliações e classificação das equipes, nessa fase serão realizadas presencialmente pelos jurados e cuja classificação das equipes é oficializada pela comissão de seleção, através dos seguintes critérios de avaliação: Equipe

(capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação Pitch (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

- Na fase Convocação dos finalistas, conduzida pela coordenação geral e local, é a fase de reconhecimento e convocação das equipes com os melhores desempenhos, classificadas e aprovadas para a Formação final. Nesta fase, é necessário a matrícula e acesso ao ambiente virtual de aprendizagem (AVA) para a Formação final e são anunciadas e disponibilizadas as premiações não econômicas.

Na 6.^a **etapa – Prototipar**, composta pelas fases Formação final e Seleção final; é a etapa que contempla as atividades de aperfeiçoamento e validação dos protótipos.

- Na fase Formação final, conduzida pela coordenação geral e local, é a fase que acolhe as equipes convocadas para a Seleção final da competição de planos de negócios, cujo objetivo é ofertar Formação Empreendedora incremental e vivencial preparando as equipes para a Seleção final. As aulas serão síncronas e assíncronas, sendo ofertado orientações e mentorias remotas e presenciais por meio de oficinas e *coworking*.
- O conteúdo programático aplicado são: *Business Process Management* (BPM); Gerenciamento de projetos; Experiência do usuário (UX); Noções de Marketing e funil de vendas; Viabilidade socioambiental; Escalabilidade; *Valuation*; Fontes de financiamento e negociação com investidores; Formação Empreendedora; Tipos de Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Processo Empreendedor; Empreendedorismo científico; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL); Contrato societário e abertura de empresa; Propriedade Intelectual; Transferência tecnológica.
- As tarefas desenvolvidas são: elabore o mapeamento do processo de negócios; identifique os requisitos do protótipo; elabore o caminho crítico e o Roadmap; elabore o mapa da jornada do usuário (UX); elabore o plano de Marketing; efetue consulta de patentes e marcas; elabore o memorando de entendimento; elabore o estudo de viabilidade; elabore o *Valuation*; atualize o perfil dos membros da equipe; atualize o Canvas e a proposta de valor;

aperfeiçoe o protótipo; atualize a trilha do protótipo; atualize o plano de negócio; atualize a apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).

- Quanto à certificação e aprovação da formação, conduzida pela coordenação geral e local, está condicionado a participação das aulas, das orientações e da apresentação das tarefas.
- Na fase Seleção final, conduzida pela comissão de seleção, é a fase em que os jurados *Ad Hoc* avaliam ideias, protótipos, apresentações *Pitch* presenciais e os outros documentos para seleção por meio de formulário online: perfil dos membros da equipe; Canvas e a proposta de valor; trilha do protótipo e protótipo; estudo de viabilidade; Valuation; plano de negócio; apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).
- Quanto às avaliações e classificação das equipes, nessa fase serão realizadas presencialmente pelos jurados e cuja classificação das equipes é oficializada pela comissão de seleção, através dos seguintes critérios de avaliação: Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade do negócio: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação Pitch (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Na 7.^a **etapa – Premiar**, composta pelas fases Premiação e Controle; é a etapa que contempla o reconhecimento acadêmico, as titulações, as premiações, os encaminhamentos, os relatórios, relatos e avaliação da competição de planos de negócios.

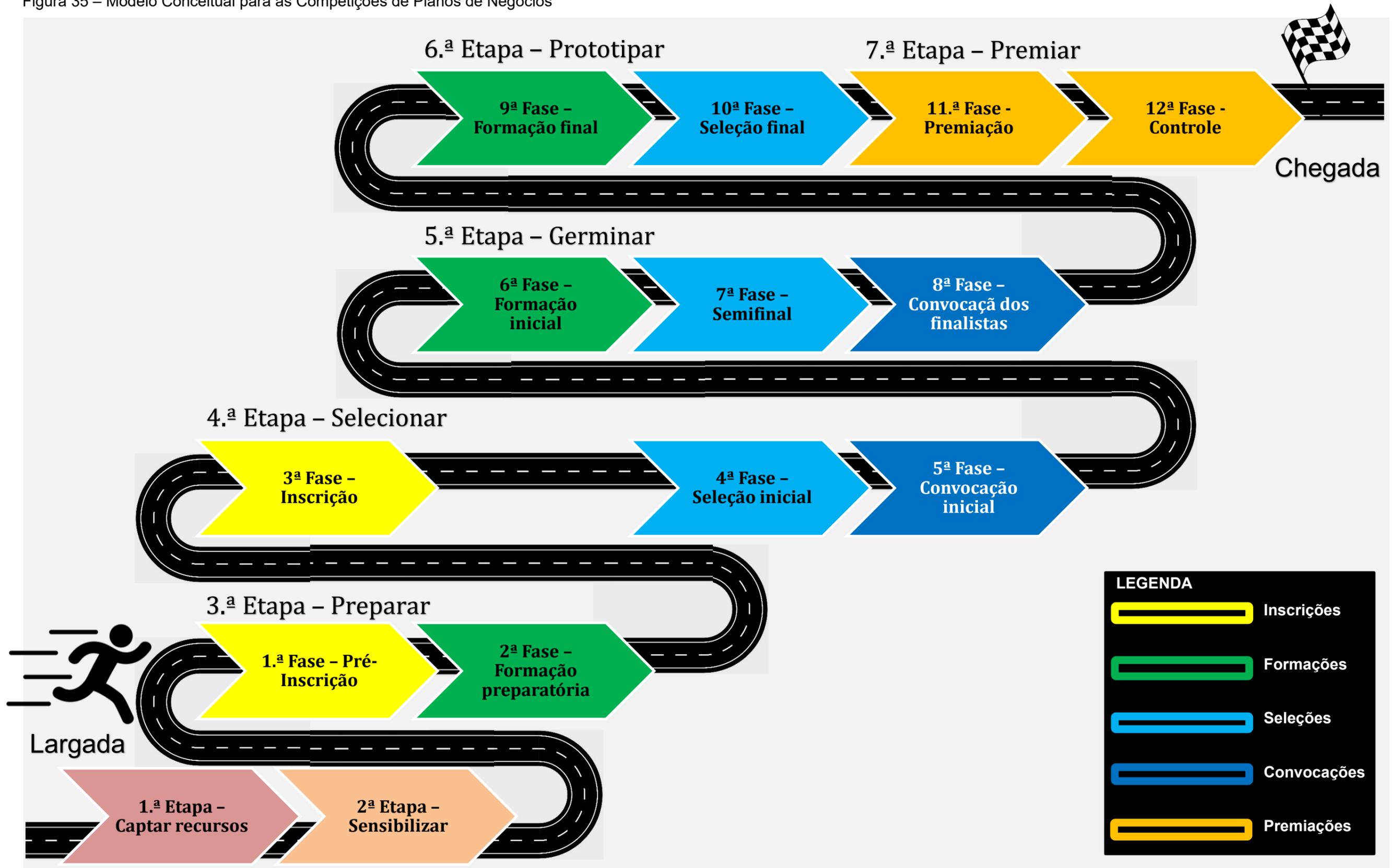
- Na fase Premiação, conduzida pela coordenação geral e local, é a etapa que os planos e protótipos de negócios com as melhores avaliações, recebem o reconhecimento público. Nesta etapa, as premiações (econômicas e não econômicas) são executadas, com destaque para o prêmio pecúlio e os encaminhamentos.
- Na fase Controle, conduzida pela coordenação geral, as equipes, os monitores, e os orientadores devem realizar o envio do relato de experiência e do relatório final (prestação de contas) das atividades e recursos utilizados na competição de planos de negócios. No encerramento das atividades administrativas é

publicado o painel de ideias e de protótipos desenvolvidos e realizado a avaliação de execução da competição de planos de negócios.

Nesse sentido, segue delineamento do Modelo Conceitual para as CPN na Figura 35, com as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora. Nesse sentido, a trilha competitiva tem início na (1) captação dos recursos. Após a garantia dos recursos, tem início a etapa de (2) sensibilização que irá contribuir na publicidade dos eventos e no arquivo da competição de planos de negócios. (3) com os recursos assegurados e a sensibilização realizada, tem início as atividades de Formação preparatória dos estudantes para a fase Inscrição na competição de planos de negócios. (4) A Inscrição é o processo não excludente que “seleciona automaticamente” as equipes que não conseguem ter a atitude de simplesmente “realizar a Inscrição” e que culmina no processo de Seleção inicial. (5) A competição tem início com uma formação contributiva para o aperfeiçoamento das ideias e preparação para a Semifinal. (6) Os finalistas recebem nova formação com aprofundamentos e contribuições para o aperfeiçoamento dos protótipos e preparação para a Seleção final. (7) A CPN tem sua conclusão nas premiações das equipes e estudantes com os melhores desempenhos na competição, a escrita dos relatórios e a realização da avaliação final.

No Quadro 85 – Documentos, conteúdo, tarefas e critérios do Modelo Conceitual, segue os documentos solicitados; o conteúdo programático; as tarefas solicitadas; os documentos avaliados e os critérios de avaliação. No Apêndice P, segue modelo de formulário de inscrição.

Figura 35 – Modelo Conceitual para as Competições de Planos de Negócios



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quadro 85 – Documentos, conteúdo, tarefas e critérios do Modelo Conceitual

LEGENDA					
Inscrições		Formações		Seleções	
Informações solicitadas na fase Pré-Inscrição (optativa)	Dados pessoais e acadêmicos				
Conteúdo programático ministrado na fase Formação preparatória (optativa)	Design, comportamento e ambiente da equipe; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Tipos de monetização; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.	Conteúdo programático ministrado na fase Formação inicial	Design, comportamento e ambiente da equipe; Competências Empreendedoras; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Teste e validação de ideias; Análise mercadológica; Tipos de monetização; Lean Canvas; Prototipação e MVP; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escrita de plano de negócio; Escrita de projeto de pesquisa; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.	Conteúdo programático ministrado na fase Formação final	Business Process Management (BPM); Gerenciamento de projetos; Experiência do usuário (UX); Noções de Marketing e funil de vendas; Viabilidade socioambiental; Escalabilidade; Valuation; Fontes de financiamento e negociação com investidores; Formação Empreendedora; Tipos de Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Processo Empreendedor; Empreendedorismo científico; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL); Contrato societário e abertura de empresa; Propriedade Intelectual; Transferência tecnológica.
Tarefas solicitadas na fase Formação preparatória (optativa)	Descreva o perfil dos membros da equipe; Escreva a ideia de negócio; Elabore o Canvas e a proposta de valor; Descreva a monetização; Elabore sua apresentação Pitch (slides); Grave sua apresentação Pitch (entre 3 e 5 minutos).	Tarefas solicitadas na fase Formação inicial	Descreva o perfil dos membros da equipe; Elabore o Canvas e a proposta de valor; Persona e mapa de empatia; Pesquise o mercado; Elabore e teste um protótipo; Elabore a trilha do protótipo; Descreva a monetização e a sustentabilidade financeira; Escreva o plano de negócio; Elabore sua apresentação Pitch (slides); Grave sua apresentação Pitch (entre 3 e 5 minutos).	Tarefas solicitadas na fase Formação final	elabore o mapeamento do processo de negócios; identifique os requisitos do protótipo; elabore o caminho crítico e o Roadmap; elabore o mapa da jornada do usuário (UX); elabore o plano de Marketing; efetue consulta de patentes e marcas; elabore o memorando de entendimento; elabore o estudo de viabilidade; elabore o Valuation; atualize o perfil dos membros da equipe; atualize o Canvas e a proposta de valor; aperfeiçoe o protótipo; atualize a trilha do protótipo; atualize o plano de negócio; atualize a apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).
Documentos solicitados na fase Inscrição	Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); Canvas e proposta de valor; Tipo de monetização; Slides da apresentação Pitch; Vídeo apresentação Pitch (gravado).	Documentos avaliados na fase Semifinal	Perfil dos membros da equipe; Canvas e proposta de valor; Análise mercadológica; Trilha do protótipo e protótipo; Monetização e a sustentabilidade financeira; Plano de negócio; Slides da apresentação Pitch; Apresentação Pitch (em tempo real).	Documentos avaliados na fase Seleção final	perfil dos membros da equipe; Canvas e a proposta de valor; trilha do protótipo e protótipo; estudo de viabilidade; Valuation; plano de negócio; apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).
Documentos avaliados na fase Seleção inicial					
Critérios de avaliação na fase Seleção inicial	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação Pitch (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).	Critérios de avaliação na fase Semifinal	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação Pitch (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).	Critérios de avaliação na fase Seleção final	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade do negócio: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação Pitch (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4.5.3 Consistência teórica do Modelo Conceitual

Considerando os achados da fundamentação teórica e da pesquisa a seguir:

- O modelo de aprendizagem de Schaefer e Minello (2017) (Figura 6);
- O modelo ampliado da *European Commission/McClelland* (Quadro 33);
- As etapas e fases mais frequentes das CPN (Quadro 84 e Figura 34);
- Maiores frequências/congruências nas fases:
 - iniciais das CPN da pesquisa (Quadro 63);
 - intermediárias das CPN da pesquisa (Quadro 73);
 - finais das CPN da pesquisa (Quadro 81).

Considerando o Modelo Conceitual para as CPN (Figura 35 e Quadro 85), após observação exploratória comparativa, a análise sugere a consistência teórica descrita a seguir:

- O modelo de Aprendizagem Empreendedora de Schaefer e Minello (2017) e o Modelo Conceitual apresenta consistência teórica em todas as áreas (Quadro 86):
- **Educação centrada no aluno**, onde os estudantes são autores e proponentes dos projetos de pesquisa, cujo projetos são autogerenciados pelos estudantes trabalhando em equipes em uma Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos;
- **Novo papel do professor**, onde os professores atuam como orientadores e mentores no qual convergem e facilitam a aprendizagem em um processo dinâmico e colaborativo;
- **Comprometimento com o meio**, mediante desenvolvimento de projetos reais que buscam soluções inovadoras, contextualizados com a vida pessoal e profissional dos estudantes;
- **Metodologias e ferramentas** que permitem colocar em prática o conhecimento, tais como: mapeamento do perfil empreendedor; brainstorm e benchmarking; pesquisa mercadológica; definição de estratégias, objetivos, metas e KPI; levantamento de requisitos e gerenciamento de projetos; elaboração e implementação de plano de ação (5W2H e Gantt); ciclo PODC e *Business Process Management* (BPM); metodologias ágeis (Scrum, Lean e

Smart); Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos;

- **Aprendizagem como um processo**, mediante uma trilha formativa, vivencial e incremental, que visa desenvolver ideias e protótipos de novos negócios inovadores;
- **Educação integrada** com as demais disciplinas, mediante aplicação de conteúdo programático formativo que aborda as principais áreas para ideação e implementação de negócios: escrita científica; a análise mercadológica; o gerenciamento de projetos, de recursos e de pessoas; oratória e apresentações; letramento digital; gestão de empresas e sustentabilidade financeira.

Quadro 86 – Consistência teórica do modelo de aprendizagem

Modelo de aprendizagem de Schaefer e Minello (2017)	Congruências do Modelo Conceitual para as CPN
Educação centrada no aluno;	Estudantes são autores e proponentes dos projetos de pesquisa; Projetos são autogerenciados pelos estudantes; Trabalho em equipes; Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos.
Novo papel do professor;	Professores (orientadores) que atuam convergindo e facilitando a aprendizagem em um processo dinâmico e colaborativo;
Comprometimento com o meio;	Desenvolvimento de projetos que buscam soluções inovadoras, contextualizados com a vida pessoal e profissional dos estudantes;
Metodologias e ferramentas que permitem colocar em prática o conhecimento;	Mapeamento do perfil empreendedor; Brainstorm e benchmarking; Pesquisa mercadológica; Definição de estratégias, objetivos, metas e KPI; Levantamento de requisitos e gerenciamento de projetos; Elaboração e implementação de plano de ação (5W2H e Gantt); Ciclo PODC e <i>Business Process Management</i> (BPM); Metodologias ágeis: Scrum, Lean e Smart. Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos.
Aprendizagem como um processo;	Trilha formativa vivencial e incremental que visa desenvolver protótipos de novos negócios inovadores;
Educação integrada com as demais disciplinas.	Um conteúdo programático formativo que aborda as principais áreas para ideação e implementação de negócios: escrita científica; a análise mercadológica; o gerenciamento de projetos, de recursos e de pessoas; oratória e apresentações; letramento digital; gestão de empresas e sustentabilidade financeira.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

- O modelo de Competências Empreendedoras ampliado da *European Commission/McClelland* (EC/Mc) e o Modelo Conceitual para as CPN apresenta consistência teórica em todas as áreas (Quadro 87):
1. **Identificando oportunidades**, onde os estudantes exploram e identificam oportunidades de negócios;
 2. **Criatividade**, os estudantes realizam atividades e tarefas no qual idealizam soluções inovadora;
 3. **Visão**, os estudantes realizam investigações e criam visões de cenários e protótipos das soluções;
 4. **Valorizando ideias**, os estudantes desenvolvem soluções em equipe mediante Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos;
 5. **Pensamento ético e sustentável**, os estudantes avaliam riscos e avaliam o uso sustentável dos recursos disponíveis;
 6. **Autoconhecimento e autoeficácia**, os projetos são autogerenciados pelos estudantes;
 7. **Motivação e perseverança**, a competição desafia e amplia os limites e a resiliência dos estudantes;
 8. **Mobilizando recursos**, os estudantes captam e gerenciam recursos mínimos disponíveis;
 9. **Alfabetização financeira e econômica**, os estudantes elaboram estudo de viabilidade financeira e *Valuation*;
 10. **Mobilizando outros**, as atividades e tarefas são realizadas em equipe cooperativo e as equipes buscam parceiros comerciais;
 11. **Tomando a iniciativa**, os estudantes são protagonistas e proponentes dos projetos de pesquisa desenvolvidos;
 12. **Planejamento e gerenciamento**, uso de técnicas e ferramentas de planejamento e gestão/gerenciamento de negócios;
 13. **Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco**, ambiente competitivo com desafios semanais incrementais, que visam construir soluções inovadora;
 14. **Trabalhando com outras pessoas**, atividades cooperativas em equipe;
 15. **Aprender pela experiência**, formação e aprendizagem prática, experimental e validada.

Quadro 87 – Consistência teórica do modelo de Competências Empreendedoras

Modelo ampliado Competências Empreendedoras (EC/Mc)	Congruências do Modelo Conceitual para as CPN
Identificando oportunidades	Exploram e identificam oportunidades;
Criatividade	Idealizam soluções inovadoras;
Visão	Investigam e visualizam cenários e protótipos;
Valorizando ideias	Desenvolvem soluções em equipe mediante Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos.
Pensamento ético e sustentável	Avaliam riscos e o uso sustentável dos recursos disponíveis;
Autoconhecimento e autoeficácia	Projetos autogerenciados pelos estudantes;
Motivação e perseverança	A competição desafia e amplia os limites e a resiliência dos estudantes;
Mobilizando recursos	Captação e gerenciamento de recursos mínimos disponíveis;
Alfabetização financeira e econômica	Estudo de viabilidade financeira e <i>Valuation</i> ;
Mobilizando outros	Trabalho em equipe cooperativo e busca de parceiros;
Tomando a iniciativa	Autores e proponentes dos projetos de pesquisa;
Planejamento e gerenciamento	Uso de técnicas e ferramentas de planejamento e gestão/gerenciamento de negócios;
Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco	Ambiente competitivo com desafios semanais incrementais, que visam construir soluções inovadora;
Trabalhando com outras pessoas	Atividades cooperativas em equipe;
Aprender pela experiência	Formação e aprendizagem prática, experimental e validada.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

- A estrutura de etapas e fases das CPN da pesquisa e o Modelo Conceitual para as CPN apresenta consistência teórica em todas as áreas (Quadro 88):
1. **Pré-Inscrição**, congruente com a fase – Pré-Inscrição;
 2. **Pré-Formação**, congruente com a fase Formação preparatória;
 3. **Inscrição**, congruente com a fase Inscrição;
 4. **1.ª Seleção**, congruente com a fase Seleção inicial;
 5. (fase suplementar) – fase Convocação inicial;
 6. **1.ª Formação**, congruente com a fase Formação inicial;
 7. **2.ª Seleção**, congruente com a fase Semifinal;
 8. (fase suplementar) – fase Convocação dos finalistas;
 9. **2.ª e 3.ª Formação**, congruente com a fase Formação final;
 10. **Seleção final**, congruente com a fase Seleção final;
 11. **Premiação**, congruente com a fase Premiação;
 12. (fase suplementar) – fase Controle.

Quadro 88 – Consistência teórica das etapas e fases das CPN da pesquisa

Etapas e fases das CPN da pesquisa	Etapas e fases no Modelo Conceitual para as CPN
Pré-Inscrição	1. ^a Fase – Pré-Inscrição;
Pré-Formação	2. ^a Fase – Formação preparatória;
Inscrição	3. ^a Fase – Inscrição;
1. ^a Seleção	4. ^a Fase – Seleção inicial;
(fase suplementar)	5. ^a Fase – Convocação inicial;
1. ^a Formação	6. ^a Fase – Formação inicial;
Seleção intermediária	7. ^a Fase – Semifinal;
(fase suplementar)	8. ^a Fase – Convocação dos finalistas;
2. ^a e 3. ^a Formação	9. ^a Fase – Formação final;
Seleção final	10. ^a Fase – Seleção final;
Premiação	11. ^a Fase – Premiação;
(fase suplementar)	12. ^a Fase – Controle.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Considerando os documentos solicitados na inscrição, o conteúdo programático e as tarefas realizadas nas formações, os documentos avaliados e os critérios de avaliação das CPN da pesquisa:

- Os documentos solicitados nas inscrições da pesquisa são similares aos documentos solicitados na inscrição do Modelo Conceitual para as CPN, apresentando assim, consistência teórica (Quadro 89):

Quadro 89 – Consistência teórica dos documentos solicitados e avaliados

Documentos solicitados nas inscrições das CPN da pesquisa	Documentos solicitados na fase Inscrição no Modelo Conceitual para as CPN
Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); Canvas e proposta de valor; Tipo de monetização; Slides da apresentação Pitch; Vídeo apresentação Pitch (gravado).	Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); Canvas e proposta de valor; Tipo de monetização; Slides da apresentação Pitch; Vídeo apresentação Pitch (gravado).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

- O conteúdo programático das formações das CPN da pesquisa e o Modelo Conceitual para as CPN apresenta consistência teórica em todas as áreas (Quadro 90):

Quadro 90 – Consistência teórica do conteúdo programático ministrado

Conteúdo programático ministrado nas CPN da pesquisa	Conteúdo programático ministrado no Modelo Conceitual para as CPN
Fase Pré-Formação	Fase Formação preparatória
Design, comportamento e ambiente da equipe; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Tipos de monetização; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.	Design, comportamento e ambiente da equipe; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Tipos de monetização; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.
Fase Formação intermediária	Fase Formação inicial
Design, comportamento e ambiente da equipe; Competências Empreendedoras; Ideia X oportunidade; Modelagem Canvas e proposta de valor; Teste e validação de ideias; Análise mercadológica; Tipos de monetização; Lean Canvas; Prototipação e MVP; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escrita de plano de negócio; Escrita de projeto de pesquisa; Elaboração da apresentação Pitch; Gravação da apresentação Pitch.	<i>Design</i> , comportamento e ambiente da equipe; Competências Empreendedoras; Ideia X oportunidade; Modelagem <i>Canvas</i> e proposta de valor; Teste e validação de ideias; Análise mercadológica; Tipos de monetização; <i>Lean Canvas</i> ; Prototipação e MVP; Viabilidade (produto, mercado, operacional, financeira e crescimento); Escrita de plano de negócio; Escrita de projeto de pesquisa; Elaboração da apresentação <i>Pitch</i> ; Gravação da apresentação <i>Pitch</i> .
Fases finais	Fase Formação final
Business Process Management (BPM); Gerenciamento de projetos; Experiência do usuário (UX); Noções de Marketing e funil de vendas; Viabilidade socioambiental; Escalabilidade; Valuation; Fontes de financiamento e negociação com investidores; Formação Empreendedora; Tipos de Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Processo Empreendedor; Empreendedorismo científico; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL); Contrato societário e abertura de empresa; Propriedade Intelectual; Transferência tecnológica.	<i>Business Process Management</i> (BPM); Gerenciamento de projetos; Experiência do usuário (UX); Noções de Marketing e funil de vendas; Viabilidade socioambiental; Escalabilidade; Valuation; Fontes de financiamento e negociação com investidores; Formação Empreendedora; Tipos de Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Processo Empreendedor; Empreendedorismo científico; Tipos de inovação; Maturidade tecnológica (escala TRL); Contrato societário e abertura de empresa; Propriedade Intelectual; Transferência tecnológica.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

- As tarefas realizadas nas formações das CPN da pesquisa e o Modelo Conceitual para as CPN apresenta consistência teórica em todas as áreas (Quadro 91):

Quadro 91 – Consistência teórica das tarefas realizadas nas formações

Tarefas solicitadas nas CPN da pesquisa	Tarefas solicitadas no Modelo Conceitual para as CPN
Fase Pré-Formação	Fase Formação preparatória
Descreva o perfil dos membros da equipe; Escreva a ideia de negócio; Elabore o <i>Canvas</i> e a proposta de valor; Descreva a monetização; Elabore sua apresentação <i>Pitch</i> (slides); Grave sua apresentação <i>Pitch</i> (entre 3 e 5 minutos).	Descreva o perfil dos membros da equipe; Escreva a ideia de negócio; Elabore o <i>Canvas</i> e a proposta de valor; Descreva a monetização; Elabore sua apresentação <i>Pitch</i> (slides); Grave sua apresentação <i>Pitch</i> (entre 3 e 5 minutos).
Fase Formação intermediária	Fase Formação inicial
Descreva o perfil dos membros da equipe; Elabore o <i>Canvas</i> e a proposta de valor; Persona e mapa de empatia; Pesquise o mercado; Elabore e teste um protótipo; Elabore a trilha do protótipo; Descreva a monetização e a sustentabilidade financeira; Escreva o plano de negócio; Elabore sua apresentação <i>Pitch</i> (slides); Grave sua apresentação <i>Pitch</i> (entre 3 e 5 minutos).	Descreva o perfil dos membros da equipe; Elabore o <i>Canvas</i> e a proposta de valor; Persona e mapa de empatia; Pesquise o mercado; Elabore e teste um protótipo; Elabore a trilha do protótipo; Descreva a monetização e a sustentabilidade financeira; Escreva o plano de negócio; Elabore sua apresentação <i>Pitch</i> (slides); Grave sua apresentação <i>Pitch</i> (entre 3 e 5 minutos).
Fases finais	Fase Formação final
Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

- Os documentos avaliados nas seleções das CPN da pesquisa e o Modelo Conceitual para as CPN apresenta consistência teórica em todas as áreas (Quadro 92):

Quadro 92 – Consistência teórica dos documentos avaliados

Documentos avaliados nas CPN da pesquisa	Documentos avaliados no Modelo Conceitual para as CPN
Fase 1.ª Seleção	Fase Seleção inicial
Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); Canvas e proposta de valor; Tipo de monetização; Slides da apresentação Pitch; Vídeo apresentação Pitch (gravado).	Dados pessoais e acadêmicos; Perfil dos membros da equipe; Ideia de negócio (Dor X Remédio); Canvas e proposta de valor; Tipo de monetização; Slides da apresentação Pitch; Vídeo apresentação Pitch (gravado).
Fase Seleção intermediária	Fase Semifinal
Perfil dos membros da equipe; Canvas e proposta de valor; Análise mercadológica; Trilha do protótipo e protótipo; Monetização e a sustentabilidade financeira; Plano de negócio; Slides da apresentação Pitch; Apresentação Pitch (em tempo real).	Perfil dos membros da equipe; Canvas e proposta de valor; Análise mercadológica; Trilha do protótipo e protótipo; Monetização e a sustentabilidade financeira; Plano de negócio; Slides da apresentação Pitch; Apresentação Pitch (em tempo real).
Fase Seleção final	Fase Seleção final
perfil dos membros da equipe; Canvas e a proposta de valor; trilha do protótipo e protótipo; estudo de viabilidade; Valuation; plano de negócio; apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).	perfil dos membros da equipe; Canvas e a proposta de valor; trilha do protótipo e protótipo; estudo de viabilidade; Valuation; plano de negócio; apresentação Pitch (entre 5 e 7 minutos).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

- Os critérios de avaliação das seleções das CPN da pesquisa e o Modelo Conceitual para as CPN apresenta consistência teórica em todas as áreas (Quadro 93):

Quadro 93 – Consistência teórica dos critérios de avaliação

Critérios de avaliação nas CPN da pesquisa	Critérios de avaliação no Modelo Conceitual para as CPN
Fase 1.ª Seleção	Fase Seleção inicial
Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Monetização; Potencial de inovação (gerar mercado); Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).
Fase Seleção intermediária	Fase Semifinal
Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).
Fase Seleção final	Fase Seleção final
Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade do negócio: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).	Equipe (capacidade de administrar e implementar); Coerência entre dor e remédio (problema e solução); Sustentabilidade financeira; Potencial de inovação (gerar mercado); Viabilidade do negócio: produto, mercado, operacional, financeiro e crescimento; Apresentação <i>Pitch</i> (conteúdo, linguagem, aparência e vestuário).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Considerando as observações exploratórias comparativas, a análise sugere **consistência teórica do Modelo Conceitual.**

4.5.4 Práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico

Considerando os resultados e achados da pesquisa, após observação exploratória, a análise sugere 19 práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as CPN (Figura 36):

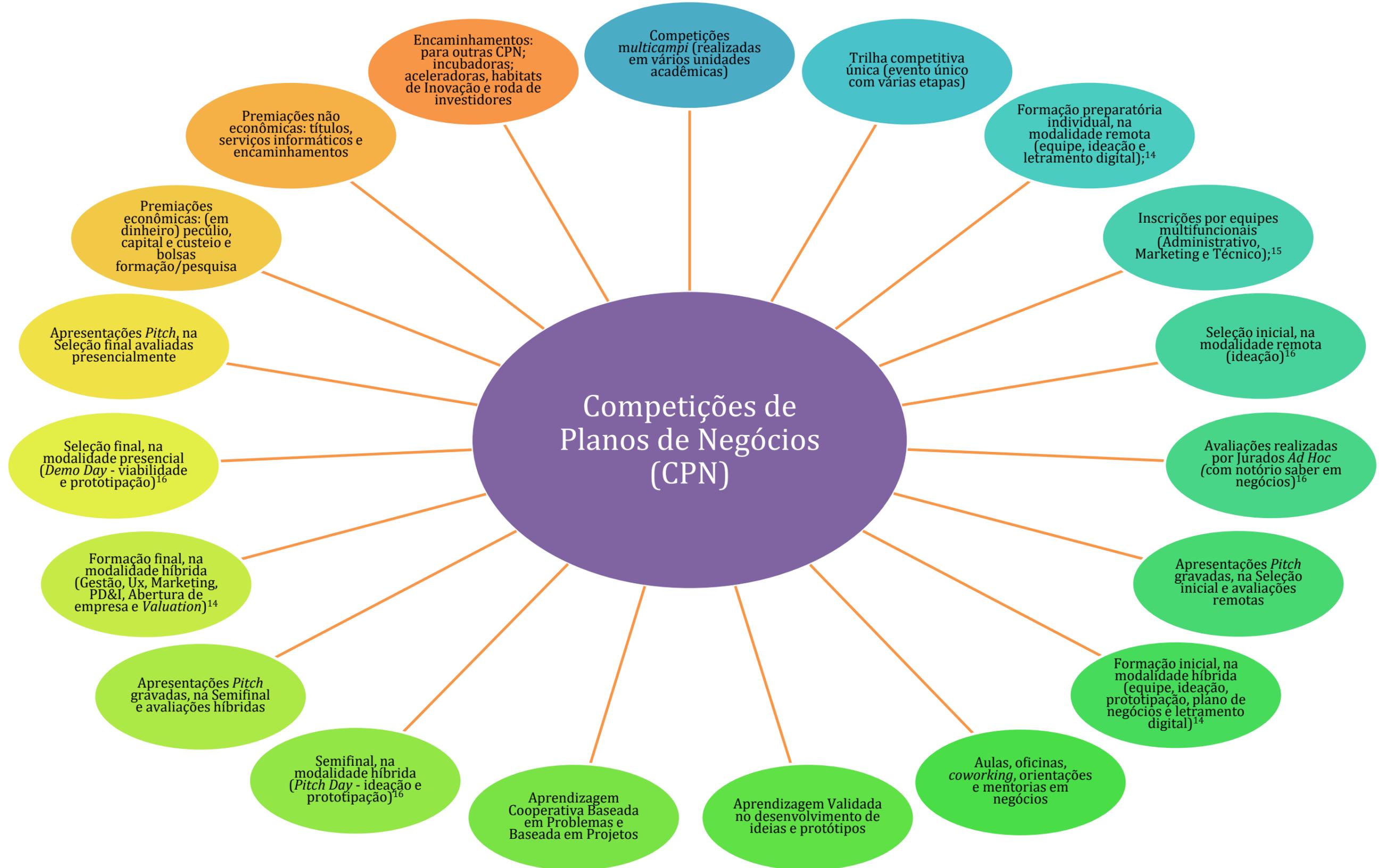
- Competições multicampi (realizadas em várias unidades acadêmicas);
- Trilha competitiva única (evento único com várias etapas);
- Formação preparatória individual, na modalidade remota (equipe, ideação e letramento digital);¹⁴
- Inscrições por equipes multifuncionais (Administrativo, Marketing e Técnico);¹⁵
- Seleção inicial, na modalidade remota (ideação);¹⁶
- Avaliações realizadas por jurados *Ad Hoc* (com notório saber em negócios);¹⁶
- Apresentações *Pitch* gravadas, na Seleção inicial e avaliações remotas;
- Formação inicial, na modalidade híbrida (equipe, ideação, prototipação, plano de negócios e letramento digital);¹⁴
- Aulas, oficinas, *coworking*, orientações e mentorias em negócios;
- Aprendizagem Validada no desenvolvimento de ideias e protótipos;
- Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos;
- Semifinal, na modalidade híbrida (*Pitch Day* - ideação e prototipação);¹⁶
- Apresentações *Pitch* gravadas, na Semifinal e avaliações híbridas;
- Formação final, na modalidade híbrida (gestão, UX, Marketing, PD&I, abertura de empresa e *Valuation*);¹⁴
- Seleção final, na modalidade presencial (*Demo Day* - viabilidade e prototipação);¹⁶
- Apresentações *Pitch*, na Seleção final avaliadas presencialmente;
- Premiações econômicas: (em dinheiro) pecúlio, capital e custeio e bolsas formação/pesquisa;
- Premiações não econômicas: títulos, serviços informáticos e encaminhamentos;
- Encaminhamentos: para outras CPN; incubadoras; aceleradoras, habitats de inovação e roda de investidores.

¹⁴ Ver conteúdo programático das formações no Quadro 85;

¹⁵ Ver documentos solicitados nas inscrições no Quadro 85;

¹⁶ Ver documentos avaliados e critérios de avaliação nas seleções no Quadro 85;

Figura 36 – Práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

5 DISCUSSÃO TEÓRICA DOS RESULTADOS DA PESQUISA

No construto, Formação Empreendedora (FE), foram identificados três temas conceituais: Aprendizagem Empreendedora (AE); Competências Empreendedoras (CE) e Processo Empreendedor (PE). Na análise da pesquisa:

- no tocante à Aprendizagem Empreendedora, foi adotado o modelo de aprendizagem de Schaefer e Minello (2017), por sua congruência e amplitude em relação aos demais modelos da fundamentação teórica;
- no tocante às Competências Empreendedoras, foi adotado o modelo ampliado da *European Commission/McClelland* (EC/Mc), por sua elevada congruência e após tratamento dos dados, foi realizado a convergência do modelo em relação aos demais modelos da fundamentação teórica;
- no tocante aos processos empreendedores, o modelo do Processo Empreendedor de Timmons (2012) apresentou a maior congruência com o modelo de Competências Empreendedoras, no entanto houve a escolha de manter todos os modelos da fundamentação teórica para a coleta da pesquisa.

Nas sínteses dos autores da fundamentação teórica, considera-se que:

- Formação Empreendedora visa fornecer uma Aprendizagem Empreendedora que busca desenvolver Competências Empreendedoras mediante um Processo Empreendedor ensinável, prático e vivencial, formando, assim, empreendedores visionários, criativos, organizados, capazes de identificar oportunidades, de criar, implementar e gerenciar negócios inovadores.
- Aprendizagem Empreendedora, é um processo interativo, contínuo e prático, centrado no estudante, desenvolvidas mediante metodologias e ferramentas que contribuem no desenvolvimento de competências e mudanças comportamentais necessárias para que o empreendedor consiga identificar oportunidades viáveis e seja capaz de lidar com responsabilidades na criação e gestão de novos empreendimentos.
- Competências Empreendedoras são habilidades e atitudes comportamentais desejáveis para um empreendedor, considerando as demandas relacionadas com a identificação de oportunidades inovadoras, com o gerenciamento de recursos disponíveis e com os relacionamentos interpessoais.

- Processo Empreendedor objetiva criar um negócio inovador ou inovar um antigo modelo de negócio a partir da identificação de uma oportunidade que precisa ser planejada, validada, organizada, prototipada, implementada e controlada por uma equipe sinérgica e capacitada para a busca de uma oportunidade sustentável.

No construto, Competições de Planos de Negócios (CPN), foram identificados 16 modelos de CPN na fundamentação teórica, sendo identificado as etapas e fases mais frequentes e os dados estruturais das CPN.

Em uma síntese dos autores da fundamentação teórica, considera-se que:

Competições de Planos de Negócios são estratégias de Formação Empreendedora, que visam: desenvolver Competências Empreendedoras; identificar oportunidades; modelar negócios inovadores; testar hipóteses; selecionar oportunidades viáveis; gerar protótipos de produtos e/ou serviços; reconhecer e premiar talentos; e ser uma *vitrine* para investidores.

Para a pesquisa exploratória documental, foi desenvolvido e testado um instrumento estruturado de coleta de dados com 150 indicadores (*Google Forms*) para a realização da pesquisa dos 15 modelos de CPN entre as melhores universidades do *THE World University Ranking 2023*, do *THE Latin America University Ranking 2023* e dos Institutos Federais da Rede Federal no Índice Geral de Cursos (contínuo) 2021. A partir dos resultados da pesquisa, o tratamento dos dados identificou:

- No tocante às características gerais das CPN:
 - a *University of Oxford* além de ser a primeira no *ranking* mundial das universidades, foi a universidade pesquisada com a maior frequência de atividades de Formação Empreendedora (32) e a universidade com o maior número de CPN identificada na pesquisa (11).
 - Entre as universidades brasileiras o destaque fica para a Universidade Federal do Ceará (UFC) no qual foi identificado o maior número de CPN identificada na pesquisa (08);
 - a forma de execução mais frequente das CPN, foi a execução multicampi na IES e a realização das CPN em um único evento com várias etapas;

- a modalidade de execução mais frequente das CPN, foi a modalidade híbrida (remota e presencial), sendo: remota nas fases inscrições, Formação preparatória e Seleção inicial; e híbrida nas fases Formação inicial, Semifinal, Formação final, Seleção final e Premiação; e a participação de jurados com vínculos internos e externos (mistos);
- No tocante aos processos empreendedores das CPN, os modelos: de Timmons (2012) e do *Testing Business Ideas* (2018), apresentaram as maiores congruências e frequências nas CPN;
- No tocante à estrutura das etapas e fases das CPN, houve o mapeamento estrutural com 7 fases mais frequentes: Inscrição; Formação preparatória; Seleção inicial; Formação inicial; Semifinal; Formação final; Seleção final; Premiação. Nesse sentido, houve a identificação das congruências e frequências dos documentos solicitados, do conteúdo programático, das tarefas realizadas, dos documentos avaliados e os critérios avaliados nas CPN;

Após análise, foi sugerido as seguintes conclusões:

- Identificação de 14 categorias e 65 indicadores do processo para as CPN selecionadas no ambiente acadêmico entre os anos de 2021 e 2023, sendo as categorias: (1) Captação de recursos, (2) Sensibilização e Publicidade, (3) Pré-Inscrição, (4) Formação preparatória, (5) Inscrição, (6) Seleção inicial, (7) Convocação inicial, (8) Formação inicial, (9) Semifinal, (10) Convocação dos finalistas, (11) Formação final, (12) Seleção final, (13) Premiação e (14) Controle;
- Delineamento de um Modelo Conceitual com 7 etapas e 12 fases para as CPN no ambiente acadêmico com as práticas mais frequentes de Formação Empreendedora, sendo as etapas: (1) Captar recursos; (2) Sensibilizar; (3) Preparar; (4) Selecionar; (5) Germinar; (6) Prototipar; e (7) Premiar;
- validação do Modelo Conceitual, em relação à consistência teórica dos seguintes achados: modelo de aprendizagem de Schaefer e Minello, do modelo ampliado das Competências Empreendedoras da *European Commission/McClelland*, congruência com as etapas e fases das CPN da pesquisa; congruência com os documentos, o conteúdo programático, as tarefas e critérios de avaliação das CPN da pesquisa;

- identificado 19 práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as CPN no ambiente acadêmico, sendo: (1) competições multicampi; (2) trilha competitiva única; (3) Formação preparatória individual, na modalidade remota; (4) inscrições por equipes multifuncionais; (5) Seleção inicial, na modalidade remota; (6) avaliações realizadas por jurados Ad Hoc; (7) apresentações *Pitch* gravadas, na Seleção inicial e avaliações remotas; (8) Formação inicial, na modalidade híbrida; (9) aulas, oficinas, coworking, orientações e mentorias em negócios; (10) Aprendizagem Validada no desenvolvimento de ideias e protótipos; (11) Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos; (12) Semifinal, na modalidade híbrida; (13) apresentações *Pitch* gravadas, na Semifinal e avaliações híbridas; (14) Formação final, na modalidade híbrida; (15) Seleção final, na modalidade presencial; (16) apresentações *Pitch*, na Seleção final e avaliadas presencialmente; (17) premiações econômicas; (18) premiações não econômicas; (19) encaminhamentos.

Ao fim da pesquisa, que busca compreender a relação entre Formação Empreendedora e as Competições de Planos de Negócios, a afirmação de Ries (2012, p. 3) “Empreendedorismo é administração” se apresenta plenamente justificada. Pois, a pesquisa demonstrou que empreender é um processo dinâmico, vivencial e prático tendo as funções gerais da administração (Planejamento, Organização, Direção e Controle) o lastro do Processo Empreendedor.

Essencialmente, o empreendedor é o agente do Empreendedorismo e do desenvolvimento econômico, o qual deve ser criativo (Filion, 1999), desenvolver visão (Dorabela, 2008) e gerar emprego e renda (Rocha e Freitas, 2014).

Nesse sentido, as competições estudadas demonstram o papel que a educação pode exercer, ofertando uma Educação Empreendedora emancipatória. Nesse sentido, a pesquisa demonstrou o papel do estudante proponente e desenvolvedor de protótipos durante o processo de Formação Empreendedora nas CPN, no qual destacamos o processo competitivo; a Aprendizagem Cooperativa Baseada em Problemas e Baseada em Projetos.

Um dos focos da Formação Empreendedora é gerar a criação de novos negócios (Araújo e Davel, 2018), sendo esse um importante papel das universidades (Cruz Júnior, Araújo, Wolf e Ribeiro, 2006) ao inserir o Ensino do Empreendedorismo

nos seus currículos buscando desenvolver Competências Empreendedoras (Henrique e Cunha, 2008; Nassif, 2009).

Os resultados da pesquisa colaboram com a afirmação que não se ensina Empreendedorismo (Neck e Greene, 2011) e que o Processo Empreendedor pode ser ensinado e precisa de uma teoria que contribua na construção de novos negócios (Ries, 2012) gerados a partir de uma Formação Empreendedora alinhada aos objetivos da *European Commission* (Rocha e Freitas, 2014).

A pesquisa demonstrou que a Formação Empreendedora precisa ser prática (Lima, Lopes, Nassif e Silva, 2015) e adotar novos processos de aprendizagem (Shaefer e Menello, 2016) considerando o Empreendedorismo uma área do conhecimento (Oliveira, Melo e Muylder, 2016) com cursos que gerem envolvimento e interatividades dos estudantes numa Aprendizagem Cooperativa e que favorece o protagonismo estudantil (Ghobril, Baker, Rokop e Carlson, 2020) (Vidal, Pereira, Ximenes e Lima, 2023).

Os achados da fundamentação teórica sobre as Competições de Planos de Negócios no olhar da Formação Empreendedora demonstraram que é um processo de autoaprendizagem (Rae e Carswell, 2000) que desenvolve competências de forma iterativa, processual e vivencial (Bitencourt, 2004; Santos, 2004; Rae, 2005; Politis, 2005; Shaefer e Minello, 2017).

Sobre as Competências Empreendedoras, o achado da congruência entre os modelos de McClelland (1990) e da *European Commission* (2018) demonstra a importância e a abrangência de uma pesquisa com mais de 30 anos. Outro achado importante foi a congruência entre as CE da *European Commission* (2018) e as forças motrizes do Processo Empreendedor de Timmons (2012).

O estudo realizado na pesquisa sobre o Processo Empreendedor, colabora com o entendimento que a educação formal não gera forte impacto na Formação Empreendedora (POLITIS, 2005), sendo necessário desenvolver novas formas de formar empreendedores. Dentre os cinco estudos analisados é possível dar um destaque especial para a visão pioneira e não linear do processo de Timmons (2012) onde a oportunidade, a equipe e os recursos precisam estabelecer um equilíbrio de forças numa visão sustentável.

Outro destaque não menos importante é o processo de Bland e Osterwalder (2020) chamado de "*Testing Business Ideas*" que foi identificada a maior frequência de microprocessos utilizados nas CPN da pesquisa e que está integrado aos conceitos

e processos anteriormente estabelecidos no *Business Model Canvas* e *Value Proposition Design* de autoria de Osterwalder.

Em relação às Competições de Planos de Negócios foram identificadas que as CPN aproximam os estudantes a fontes de investimento (Huffman e Quigley, 2002) sendo as mesmas oportunidades para desenvolvimento de Competências Empreendedoras (Bell, 2010) se configurando instrumento que colabora com a criação de novos negócios (Schwartz, Goethner, Michelsen e Waldmann, 2013).

O estudo das CPN e o modelo apresentado podem ser uma importante metodologia de desenvolvimento e formação de empreendedores (Rocha e Freitas, 2014) podendo ser classificado como um dos principais métodos (Silva e Pena, 2017). Por também oferecerem recompensas (prêmios), as competições colaboram na identificação de talentos (McKenzie, 2017) como importante método estratégico de boas práticas de ensino (Brentnall, Rodríguez e Culkin, 2018) (Stolz, 2023).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As primeiras Competições de Planos de Negócios (CPN) no ambiente acadêmico que a literatura indica, foram realizadas entre os anos de 1978 e 1979 no *United States of America* (USA). No entanto, apenas no ano de 1996, foram realizadas pela Fundação Getulio Vargas (FGV) as primeiras CPN no Brasil.

Nos estudos bibliométricos realizados, a literatura apresentou as CPN como uma alternativa eficaz na Formação Empreendedora. Nesse sentido, em 2014 a Secretaria da Ciência, Tecnologia e Educação Superior (SECITECE) do Governo do Ceará, promoveu o Projeto Corredor Digital nas escolas públicas na região metropolitana de Sobral a primeira experiência de CPN; e desde então vem realizando anualmente CPN para todos os estudantes no estado do Ceará. Atualmente o projeto é chamado de Programa Corredores Digitais (PCD). Na Universidade Federal do Ceará (UFC) vem promovendo desde 2016 o programa Empreende UFC, ofertando anualmente CPN aos estudantes dos campi da UFC.

Na mesma trilha, nos anos de 2019 e 2020, nos *campi* de Tauá e Caucaia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), foram realizados eventos competitivos (*Pitch Day*) na culminância das disciplinas de Empreendedorismo. Com o advento da Pandemia do COVID-19, em 2020 foi executada a primeira competição de planos de negócios na modalidade online, chamado de Desafio Científico de Pesquisas de Germinação de Ideias de Negócios Inovadores (PGINI), com a participação de estudantes dos *campi* de Tauá, Baturité, Canindé e Caucaia. Em 2020, foi executada a segunda edição do PGINI, chamado agora de Programa Germinação de Ideias, com a participação de estudantes dos cursos técnicos e de graduação em vinte dos trinta e três *campi* do IFCE.

Diante dos relatos e problemática da pesquisa, a presente dissertação identificou: as categorias e indicadores do processo para as CPN, delineou um Modelo Conceitual para as CPN, validou a consistência teórica do Modelo Conceitual e identificou as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico.

Na conclusão da pesquisa foram apresentados: a identificação das 14 categorias e 65 indicadores do processo para as CPN selecionadas no ambiente acadêmico entre os anos de 2021 e 2023; um Modelo Conceitual com 7 etapas e 12 fases para as CPN no ambiente acadêmico com as práticas mais frequentes de

Formação Empreendedora; a validação da consistência teórica do Modelo Conceitual; e a identificação das 19 práticas mais frequentes na Formação Empreendedora para as CPN no ambiente acadêmico

Diante dos achados da pesquisa, é esperado que o presente trabalho possa ser útil para a ciência e para as organizações, em especial para as instituições de ensino, sejam públicas ou privadas, ao estabelecer importantes conceitos, relações e aplicações para a execução ou melhoria de uma CPN com uma Formação Empreendedora desejável.

É importante sinalizar novos caminhos de pesquisa a partir dos resultados e achados apresentados, seguem algumas questões que podem gerar novas pesquisas:

- A compreensão dos modelos e das práticas mais frequentes para as Competições de Planos de Negócios, tendem a contribuir no mapeamento e reflexão das experiências e práticas, bem como facilitar a disseminação desses eventos em outras organizações além das instituições de ensino, a partir do material gerado e disponibilizado;
- A presente pesquisa foi executada pelas consultas aos documentos institucionais disponíveis livremente na internet. No entanto, houve dificuldades na obtenção de documentos detalhados relacionados à Formação Empreendedora, principalmente em relação ao processo e procedimentos empreendedores adotados na Formação Empreendedora das CPN. Nesse sentido é importante que a presente pesquisa tenha spin-off que possam aprofundar o tema em entrevistas junto aos coordenadores e organizadores das CPN;
- Outra spin-off da pesquisa proposta é a mensuração dos impactos da aplicação da Formação Empreendedora proposta pelo Modelo Conceitual para as CPN apresentado. Neste caso, pode-se mensurar dois tipos de impactos: os comportamentais dos participantes sejam eles estudantes ou orientadores e na criação de novos negócios.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, G. F. D.; DAVEL, E. Educação Empreendedora, experiência e John Dewey. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 4, p. 1-16, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/pca/article/view/13291/pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.
- ARAÚJO, R. M. D. L.; FRIGOTTO, G. Práticas pedagógicas e ensino integrado. **Revista Educação em Questão**, Natal, v. 52, n. 38, p. 61-80, 2015. Disponível em: <<http://educa.fcc.org.br/pdf/eq/v52n38/0102-7735-eq-52-38-0061.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.
- AUDY, J. L. N. A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. **Estudos Avançados**, v.31, n. 90, p. 75-87, 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ea/a/rtKFhmw4MF6TPm7wH9HSpFK/?format=pdf&lang=pt>>.
- BARBINI, F. M.; CORSINO, M.; GIURI, P. How do universities shape founding teams? Social proximity and informal mechanisms of knowledge transfer in student entrepreneurship. **The Journal of Technology Transfer**, v. 46, p. 1046–1082, 2020.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **EMPREENDEDORISMO**: Uma visão de processo. São Paulo: Cengage Learning, 2014.
- BELL, J. Student Business Plan Competitions: Who really does have access? **Small Business Institute**, p. 18-25, 2010.
- BITENCOURT, C. C. A gestão de competências gerenciais e a contribuição da aprendizagem organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, 2004. 58-69.
- BLAND, D. J.; OSTERWALDER, A. **Testando Ideias de Negócios**. Rio de Janeiro: Atlas Books, 2020.
- BRASIL. Plataforma Nilo Peçanha - Ministério da Educação. **GOV.BR - Ministério da Educação**, 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br/pnp>>. Acesso em: 13 jun. 2023.
- BRASIL. Ministério da Educação. Indicadores de Qualidade da Educação Superior. **INEP**, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/inep/pt-br/acao-a-informacao/dados-abertos/indicadores-educacionais/indicadores-de-qualidade-da-educacao-superior>>. Acesso em: 01 jul. 2023.
- BRASIL. Rede Federal. **Ministério da Educação**, Brasília, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br/acao-a-informacao/institucional/estrutura-organizacional/orgaos-especificos-singulares/secretaria-de-educacao-profissional/rede-federal>>. Acesso em: 12 jun. 2023.
- BRENTNALL, C.; RODRÍGUEZ, I. D.; CULKIN, N. The contribution of realist evaluation to critical analysis of the effectiveness of entrepreneurship education competitions. **Industry and Higher Education**, v. 32, n. 6, p. 405–417, 2018.

CANT, M. C. Blueprint for a Business Plan Competition: Can it work? **Journal of Contemporary Management Issues**, v. 23, n. 2, p. 141-154, 2018.

COPE, J. Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship. **ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE**, p. 373-397, July 2005.

Cruz Júnior, J. B.; Araújo, P. C.; Wolf, S. M.; Ribeiro, T. V. A.. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, 8, n. 15, 2006. 09–29. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/download/1003/768>>.

DEAN, B. V.; OSLAND, A.; SOLT, M. Lessons Learned in the Implementation of E-Teams. **Int. J. Eng. Educ**, São José, v. 21, n. 2, p. 222-227, 2005.

DEISON, J. Oportunidade | Inscrições abertas para o projeto Corredores Digitais. **Sobral Online**, 2014. Disponível em: <<https://sobralonline.com.br/oportunidade-inscricoes-abertas-para-o-2/>>. Acesso em: 30 out. 2022.

DEMARTINI, P.; PAOLONI, P. Defining the Entrepreneurial Capital Construct. **Chinese Business Review**, v. 13, n. 11, p. 668-680, 2014. Disponível em: <<https://www.davidpublisher.com/Public/uploads/Contribute/551e0d116011c.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

DOLABELA, F. PEDAGOGIA EMPREENDEDORA. **Revista de Negócios**, v. 9, n. 2, 2007. Disponível em: <<https://bu.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/293/280>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

EUROPEAN COMMISSION. **EntreComp: the European Entrepreneurship Competence Framework**. Luxembourg: European Union, 2018.

FAYOLLE, A. Personal views on the future of entrepreneurship education. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 7-8, p. 692-701, jul. 2013. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985626.2013.821318>>. Acesso em: 30 out. 2022.

FERNANDES, R. J. R. Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil. **GV Novos Negócios**, São Paulo, v. v. 5, n. 5, p. 36-39, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/rgnn/article/view/60813/59032>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FICHTER, K.; TIEMANN, I. Impacts of promoting sustainable entrepreneurship in generic business plan competitions. **Journal of Cleaner Production.**, v. 267, p. 1-14, 2020.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999. Disponível em: <<https://www.furb.br/2005/arquivos/774565-876438/Empreendedorimo.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FOO, M.-D. Member Experience, Use of External Assistance and Evaluation of Business Ideas. *Journal of Small Business Management*, v. 48, n. 1, p. 32-43, 2010.

FRIAR, J. H.; MEYER, H. M. Entrepreneurship and Start-Ups in the Boston Region: Factors Differentiating High-Growth Ventures from Micro-Ventures. *Small Business Economics*, Boston, v. 21, n. 2, p. 145-152, 2003.

GHOBRIL, A. N.; BAKER, D.; ROKOP, N.; CARLSON, C. R. Para Além dos Cursos de Empreendedorismo: estratégia, estrutura e processos na Illinois tech para se tornar uma universidade empreendedora. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, São paulo, v. 9, n. 1, p. 42-76, 2020. Disponível em: <<https://regepe.org.br/regepe/article/view/1539/pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

GIL, A. C. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. Barueri [SP]: Como elaborar projetos de pesquisa, 2022.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **GEM Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

GOOGLE. Google Scholar. **Google Scholar**, 2022. Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/?hl=pt>>. Acesso em: 28 set. 2022.

HASHIMOTO, M. Um retrato dos centros de empreendedorismo nas IES Brasileiras. In: SANTOS, C. A. D. **Pequenos Negócios: Desafios e Perspectivas: Educação Empreendedora**. Brasília: SEBRAE, v. 4, 2013. p. 384. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7a3e62cf2f52e98b5f154e3518c39e2/\\$File/4386.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7a3e62cf2f52e98b5f154e3518c39e2/$File/4386.pdf)>. Acesso em: 1 jul. 2023.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. D. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO MACKENZIE*, São Paulo, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

HUFFMAN, D.; QUIGLEY, J. M. The role of the university in attracting high tech entrepreneurship: A Silicon Valley tale. *Ann Reg Sci*, v. 36, p. 403-419, 2002. Acesso em: 9 nov. 2022.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ. como-propor-sua-ideia. **Programa Germinação de Ideias**, 2022. Disponível em: <<https://sites.google.com/ifce.edu.br/pgini2022/como-propor-sua-ideia>>. Acesso em: 01 jul. 2023.

JABAREEN, Y. Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure. *International Journal of Qualitative Methods*, v. 8, n. 4, p. 49-62, 2009.

Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/160940690900800406>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

JIANG, H.; ZHANG, Q.-P.; ZHOU, Y. Dynamic Creative Interaction Networks and Team Creativity Evolution: A Longitudinal Study. **Journal of Creative Behavior**, 2016. 1-37.

KATZ, J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876–1999. **Journal of business venturing**, New York, v. 18, n. 2, p. 283-300, 2003. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902602000988/pdf?md5=0b6fbb5d60e8cff75e09ccfedf1bdd68&pid=1-s2.0-S0883902602000988-main.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

KERLEN, C.; PRESCHER, S. **Gründungswettbewerbe als Instrument der Gründungsförderung**. Berlin: Institut für Innovation und Technik, 2010.

KICKUL, J.; FAYOLLE, A. Cornerstones of change: revisiting and challenging new perspectives on research in entrepreneurship education. In: FAYOLLE, A. **Handbook of Research in Entrepreneurship Education: A General Perspective**. Northampton: Edward Elgar, v. 1, 2007. Cap. 1, p. 1-17. Disponível em: <http://untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20Handbook%20of%20research%20in%20entrepreneurship%20education.pdf#page=17>. Acesso em: 1 jul. 2023.

LANDSTRÖM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. **Historical Foundations of Entrepreneurship Research**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. Retrieved, 2010. Cap. 2, p. 15-45. Disponível em: <<https://www.elgaronline.com/display/edcoll/9781847209191/9781847209191.00008.xml>>. Acesso em: 30 out. 2022.

LEWRICK, M.; LINK, P.; LEIFER, L. **A jornada do design thinking**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

Lima, E.; Lopes, R. M. A.; Nassif, V. M. J.; Silva, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/cz5wM3ZM5J9VrfyFKYvSZqG/?lang=pt#>>.

LOTT, A. C. D. O. **Percepções, conhecimentos e expectativas de estudantes e professores do ensino médio da rede pública brasileira sobre empreendedorismo**. São Paulo: Instituto Êxito de Empreendedorismo, 2021. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/148Eu_NzJWpMNaNheHfBKx5s50mY4jkZb/view?usp=sharing>. Acesso em: 1 jul. 2023.

MANAGEMENT SYSTEM INTERNATIONAL - MSI. **Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**. MSI. Washington, p. 336. 1990.

MANSFIELD, Richard S.; MCCLELLAND, David C.; SPENCER, Lyle M.; SANTIAGO, Jose. **The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries**. The United States Agency for International Development. Washmgton, p. 394. 1987.

MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. 2. ed. New York: IRVINGTON, 1975.

MCKENZIE, D. Identifying and Spurring High-Growth Entrepreneurship: Experimental Evidence from a Business Plan Competition. **American Economic Review**, v. 107, n. 8, p. 2278-2313, 2017. Acesso em: 9 nov. 2022.

OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. D. O. L.; MUYLDER, C. F. D. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. **Revista Administração em Diálogo - RAD**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 29-56, 2016. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/rad/article/download/12727/19431>>.

MURPHY, P. J.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A Conceptual History of Entrepreneurial Thought. **Journal of Management History**, v. 12, n. 1, p. 12-35, 2006. Disponível em: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13552520610638256/full/pdf?title=a-conceptual-history-of-entrepreneurial-thought>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. **Nações Unidas Brasil**, 2023. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em: 13 jul. 2023.

NAIER, E. L. Sponsored experiential learning an opportunity. **Experiential Learning Enters the Eighties**, 7, 1980. 33-35.

NASSIF, V. M. J.; AMARAL, D. J.; PINTO, C. C.; SOARES, M. T. R. C.; PRANDO, R. A. FORMAÇÃO EMPREENDEDORA: Aspectos convergentes e divergentes sob a ótica de alunos, professores, pais e empreendedores. **Revista ANGRAD**, 10, n. 2, 2009. 73-99.

NECK, H. M.; GREENE, P. G. Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 1, p. 55-70, 2011. Disponível em: <<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=bf603f4e1bdda57c734421f77296bd7ed20de6f7>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

OHASHI, T.; KUSU, H.; INOUE, M.; TSUKAGOSHI, H.; TAKEDA, R.; SAIJO, M. Enhancing Graduate Student Entrepreneurial Intention: A Designed Workshop Based on Exploratory Factor Analysis. In: ALAREENI, B.; HAMDAN, A. **Innovation of Businesses, and Digitalization during Covid-19 Pandemic. ICBT 2021**. [S.l.]: Springer, v. 488, 2022.

PASSARO, R.; QUINTO, I.; THOMAS, A. Start-up competitions as learning environment to foster the entrepreneurial process. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 23, n. 3, p. 426-445, 2017.

POLITIS, D. The Process of Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n. 4, p. 399-424, 2005. Disponível em: <https://effectuation.org/hubfs/Journal%20Articles/2017/06/Politis-2005-Entrepreneurship_Theory_and_Practice.pdf>. Acesso em: 1 jul. 2023.

RAE, D. Entrepreneurial learning: Entrepreneurial learning: model. **Journal of Small Business and Journal of Small Business and**, 12, n. 3, 2005. 323-335. Disponível em: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14626000510612259/full/pdf?title=entrepreneurial-learning-a-narrativebased-conceptual-model>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

RAE, D.; CARSWELL, M. Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. **Education + Training**, 42, n. 4/5, 2000. 220-228. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/00400910010373660>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

RIES, E. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: LeYa, 2012.

ROCHA, E. L. D. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, 18, n. 4, 2014. 465–486. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/RDg86kGXNpFshX6spqYXDrG/?lang=pt>>. Acesso em: 22 outubro 2022.

SANTOS, I. C.; PAULA, R. M. D. A especialização tecnológica local como indutora do empreendedorismo e do desenvolvimento regional: o caso do Vale da Eletrônica brasileiro. **Gestão & Regionalidade**, v. 28, n. 82, 2012. Disponível em: <https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/view/1413>. Acesso em: 1 jul. 2023.

SANTOS, I. C.; PEREIRA, R. D. S. Educação tecnológica, inovação e geração de emprego: alavancas para o progresso das organizações, pessoas e nações. **Revista Científica Hermes**, v. 25, p. 468-490, 2019. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/4776/477662439005/477662439005.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

SANTOS, M. S. D. **Método para investigação do comportamento empreendedor**. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. ed. [S.l.]: [s.n.], 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/88056>>.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: Premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441747930006>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

SCHAEFER, R.; MINELLO, Í. F. A Formação de Novos Empreendedores: natureza da aprendizagem e educação. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo

Limpo Paulista, v. 11, n. 3, p. 2-20, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.faculdadeam.edu.br/xmlui/handle/123456789/736>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

SCHWARTZ, M.; GOETHNER, M.; MICHELSEN, C.; WALDMANN, N.. Start-up Competitions as an Instrument of Entrepreneurship Policy: The German Experience. **European Planning Studies**, v. 21, n. 10, p. 1578-1597, 2013.

SCIENTIFIC PERIODICALS ELECTRONIC LIBRARY. SPELL – Scientific Periodicals Electronic Library. **SPEL**, 2022. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/>>. Acesso em: 23 out. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Fases de uma startup: quais são e como impulsionar em cada etapa. **Inovação SEBRAE Minas**, 2021. Disponível em: <<https://inovacaosebraeminas.com.br/fases-de-uma-startup-quais-sao-e-como-impulsionar-em-cada-etapa/>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Parceria MEC - Sebrae. **Portal Sebrae - Sebrae**, 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/educacaoempreendedora/parceriamec>>. Acesso em: 30 out. 2022.

SILVA, J. F. D.; PENA, R. P. M. O “Bê-Á-Bá” do Ensino em Empreendedorismo: Uma Revisão da Literatura sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 6, n. 2, 2017. 372-401.

SMITH, D.; MULDOON, J. Covid-19 and its impact on venture pitching competitions in higher education: a case study. **Small Enterprise Research**, v. 28, n. 3, p. 392–403, 2021.

SPINELLI, S.; ADAMS, R. **NEW VENTURE CREATION: ENTREPRENEURSHIP FOR THE 21st CENTURY**. 9. ed. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2012.

STOLZ, L. Start-up competitions as anchor events in Entrepreneurial Ecosystems: first findings from two German regions. **Geografiska Annaler: Series B, Human Geography**, v. 105, n. 1, p. 38-57, 2023.

TATA, A.; NIEDWOROK, A. Is beauty in the eye of the beholder? An empirical study of how entrepreneurs, managers, and investors evaluate business opportunities at the earliest stages. **Venture Capital**, v. 22, p. 1-34, 2018.

TIMES HIGHER EDUCATION. World University Rankings 2023. **Times Higher Education (THE)**, 2022. Disponível em: <<https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2023/world-ranking>>. Acesso em: 2023 jul. 01.

TIMES HIGHER EDUCATION. Latin America Rankings 2023. **Times Higher Education (THE)**, 2023. Disponível em: <<https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2023/latin-america-university-rankings>>. Acesso em: 1 jul. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. EDITAL PROINTER PIBI nº 07/2023. **PROINTER.UFC**, 2023. Disponível em: <EDITAL PROINTER PIBI nº 07/2023>. Acesso em: 1 jul. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Regulamento Winter School UFRGS 2022. **SEDETEC**, 2022. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/empreendedorismo/wp-content/uploads/2022/06/Regulamento_Winter-2022.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2023.

VASCONCELOS, L. F.; SARAIVA JUNIOR, A. F. Ciclo de Formação em Empreendedorismo Inovador (CEMP - UFC) : do fomento à cultura empreendedora à capacitação em modelagem de negócios. **Repositório Institucional UFC**: Página inicial, Fortaleza, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/57700/1/2016_resumo_eve_lfvasconcelos.pdf>. Acesso em: 1 jul. 2023.

VIDAL, F. A. B. et al. Aprendizagem Cooperativa: uma proposta metodológica no ensino da administração na Educação Profissional e Tecnológica. **Revista de Gestão e Secretariado (Management and Administrative Professional Review)**, São Paulo, v. 14, n. 5, p. 7943-7959, 2023. Disponível em: <<https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/2168/1139>>. Acesso em: 01 jul. 2023.

WATSON, K.; MCGOWAN, P.; SMITH, P. **Participant Learning Objectives and the Potential of Extracurricular Business Plan Competitions**. 9th European Conference on Innovation and Entrepreneurship. Belfast: Brendan Galbraith. 2014. p. 461-471.

WEB OF SCIENCE. 36 resultados da Coleção principal da Web of Science para. **Clarivate**, 2022. Disponível em: <<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/125d0e38-c81c-4ae8-9a86-2e09bfa478b4-58e6412e/relevance/1>>. Acesso em: 08 nov. 2022.

WEB OF SCIENCE. 4,223 resultados da Coleção principal da Web of Science para. **Clarivate**, 2023a. Disponível em: <<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/bdd04f47-872e-4059-8663-b06dd1a76342-68b28a3a/relevance/1>>. Acesso em: 04 jan. 2023.

WEB OF SCIENCE. 81 resultados da Coleção principal da Web of Science para. **Clarivate**, 2023b. Disponível em: <<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/8b462e89-34b7-462b-9e9b-daddb72a8d04-68b29f0f/relevance/1>>. Acesso em: 04 jan. 2023.

WEB OF SCIENCE. 19 resultados da Coleção principal da Web of Science para. **Clarivate**, 2023c. Disponível em: <<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/0961a57a-4726-42ba-8983-75b64d7ee6f5-68b2ae51/relevance/1>>. Acesso em: 04 jan. 2023.

WEN, C.-T.; CHEN, Y.-W. The innovation process of entrepreneurial teams in dynamic business plan competition: from sense-making perspective. **Int. J. Technology Management**, v. 39, n. 3/4, p. 346-363, 2007.

XIMENES, R. L. S.; LIMA, J. A. A. X. D.; MIRANDA, N. A. D. PROGRAMA DE GERMINAÇÃO DE IDEIAS DE NEGÓCIOS INOVADORES: um desafio educacional em tempos de pandemia. In: II_ENGEC **Anais do Encontro Nacional de Gestão e Comunicação**. São Caetano do Sul (SP), USCS/UFCG: Even3, 2022. Disponível em: <<https://www.even3.com.br/anais/iiengec2022/503292-programa-de-germinacao-de-ideias-de-negocios-inovadores--um-desafio-educacional-em-tempos-de-pandemia/>>. Acesso em: 15 abr. 2023.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

ZHAO, Y.; ZHAO, X.; SHI, J.; DU, H.; MARJERISON, R. K.; PENG, C. Impact of entrepreneurship education in colleges and universities on entrepreneurial entry and performance. **Economic Research-Ekonomska Istraživanja**, v. 35, p. 1-20, 2022.

Apêndice A – Diretrizes para Fundamentação Teórica

Na busca dos termos mais utilizados no ambiente acadêmico relacionada ao tema (as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora identificadas nas Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico), foram elencados os termos descritos a seguir (Quadro 94).

Quadro 94 – Termos relacionados ao tema e problemática

Educação	Desafios
Formação	Planos de negócios
Empreendedorismo	Modelos de negócios
Inovação	Ideias de negócios
Competições	<i>Spin-Off</i>
Torneios	<i>Startup</i>
Maratona	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Considerando os termos associados do Quadro anterior, foi utilizado a busca do *Google Scholar* nos termos em português e em inglês (métricas: desde 2018; qualquer idioma; qualquer tipo; excluindo patentes e citações) no dia 28 de setembro de 2022, resultando os dados a seguir (Quadro 95).

Objetivando a análise dos termos e fundamentação teórica relacionados ao tema: as práticas mais frequentes na Formação Empreendedora identificadas nas Competições de Planos de Negócios no ambiente acadêmico. É importante detalhar os procedimentos da pesquisa sistemática adotados para a busca da produção científica acadêmica mundial, posicionando a atual pesquisa no estado da arte do tema abordado.

Nessa perspectiva, essa pesquisa irá abordar o aspecto das Competições de Planos de Negócios (CPN) no ambiente acadêmico em instituições públicas e privadas, buscando identificar as práticas mais para uma Formação Empreendedora.

Os termos com maiores frequências foram: Educação Empreendedora (2.450 ocorrências); Formação Empreendedora (941 ocorrências); Competições de Planos de Negócios (49 ocorrências); *entrepreneurship Education* (26.800 ocorrências); *entrepreneurship Training* (19.300 ocorrências) e *Business Plan Competition* (1.720 ocorrências).

Quadro 95 – Ocorrências dos termos no Google Scholar

LEGENDA			
* Planos, modelos, ideias e spin-off.			
** Plan, model, ideas, and Spin-off.			
Termo pesquisado em português	Freq.	Termo pesquisado em inglês	Freq.
“Educação em Empreendedorismo”	164	“Entrepreneurship Education”	26.800
“Educação Empreendedora”	2.450	“Entrepreneurial Education”	15.400
“Educação para o Empreendedorismo”	1.090	“Education for Entrepreneurship”	1.430
“Formação em Empreendedorismo”	204	“Entrepreneurship Training”	19.300
“Formação Empreendedora”	941	“Entrepreneurial Training”	7.500
“Formação para o Empreendedorismo”	175	“Training for Entrepreneurship”	737
Empreendedorismo “Competição de Planos”	39	Entrepreneurship “Plan Competition”	2040
Empreendedorismo “Competição de Modelos”	8	Entrepreneurship “Model Competition”	1420
Empreendedorismo “Competição de ideias”	36	Entrepreneurship “Competition of Ideas”	901
Empreendedorismo “Competição de spin-off”	0	Entrepreneurship “Spin-off Competition”	3
Empreendedorismo “Desafio de modelos”	1	Entrepreneurship “Model Challenge”	467
Empreendedorismo “Desafio de ideias”	12	Entrepreneurship “Ideas Challenge”	225
Empreendedorismo “Desafio de planos”	1	Entrepreneurship “Plan Challenge”	86
Empreendedorismo “Desafio de spin-off”	0	Entrepreneurship “Spin-off Challenge”	1
Empreendedorismo “Maratona de ideias”	6	Entrepreneurship “Marathon of Ideas”	8
Empreendedorismo “Maratona de planos”	0	Entrepreneurship “Plan Marathon”	4
Empreendedorismo “Maratona de Modelos”	0	Entrepreneurship “Model Marathon”	0
Empreendedorismo “Maratona de Spin-off”	0	Entrepreneurship “Spin-off Marathon”	0
Empreendedorismo “Torneio de modelos”	0	Entrepreneurship “Model Tournament”	17
Empreendedorismo “Torneio de ideias”	0	Entrepreneurship “Tournament of Ideas”	3
Empreendedorismo “Torneio de Spin-off”	0	Entrepreneurship “Spin-off Tournament”	1
Empreendedorismo “Torneio de planos”	1	Entrepreneurship “Tournament of Plans”	0
“Competição de planos de negócios”	32	“Business Plan Competition”	1720
“Competições de Planos de Negócios”	49	“Business Plan Competitions”	1160
“Competição de modelos de negócios”	4	“Business Model Competition”	174
“Competições de modelos de negócios”	2	“Business Model Competitions”	41
“Competição de ideias de negócios”	4	“Business Ideas Competition”	49
“Competições de ideias de negócios”	0	“Business Ideas Competitions”	23
“Competição de Startup”	0	“Startup Competition”	344
“Competições de Startup”	1	“Startup Competitions”	220
“Competição de Spin-off de negócios”	0	“Business Spin-off Competition”	0
“Desafio de modelos de negócios”	0	“Business Model Challenge”	122
“Desafio de planos de negócios”	0	“Business plan Challenge”	8
“Desafio de ideias de negócios”	0	“Business Ideas Challenge”	2
“Desafio de Spin-off de negócios”	0	“Business Spin-off Challenge”	0
“Maratona de (*) de negócios”	0	“Business (**) Marathon”	0
“Torneio de (*) de negócios”	1	“Business (**) Tournament”	1

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Apêndice B – Procedimentos Bibliometria Base Spell

O primeiro desafio em utilizar a Base de dados SPELL é sua limitação quanto a ferramenta de busca para múltiplas palavras em vários campos simultâneos. Nesse sentido, foi utilizado apenas o “resumo” para a consulta dos termos e filtros (resumo, somente artigos, apenas em português) (Quadro 96).

Quadro 96 – Algoritmos com operadores lógicos

1º (Formação Empreendedora)	<i>(ABS (“Educação Empreendedora”)) OU (ABS (“Educação em Empreendedorismo”)) OU (ABS (“Educação para o Empreendedorismo”)) OU (ABS (“Formação Empreendedora”)) OU (ABS (“Formação em Empreendedorismo”)) OU (ABS (“Formação para o Empreendedorismo”))</i>
2º (Competições de Planos de Negócios)	<i>(ABS (“competição de Planos de Negócios”)) OU (ABS (“competição de Modelos de Negócios”)) OU (ABS (“competição de ideias de Negócios”)) OU (ABS (“competição de Startup”)) OU (ABS (“competições de Planos de Negócios”)) OU (ABS (“competições de Modelos de Negócios”)) OU (ABS (“competições de ideias de Negócios”)) OU (ABS (“competições de Startup”)) OU (ABS (“Desafio de Planos de Negócios”)) OU (ABS (“Desafio de Modelos de Negócios”)) OU (ABS (“Desafio de Ideias de Negócios”)) OU (ABS (“Desafio de Startup”))</i>

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

O segundo desafio, foi estabelecer as etapas e procedimentos corretos, que seguem listados a seguir:

- 1) Definição dos algoritmos com operadores lógicos.
- 2) Pesquisa avançada na Base de dados com os algoritmos com operadores lógicos e aplicação de filtros pré-determinados.
- 3) Análise da amostra com a leitura dos títulos, palavras-chave e resumos.
 - a) Exclusão, na amostra, dos documentos fora da temática pesquisada.
- 4) Exportação (Spell it) dos dados selecionados da Base através da geração do(s) arquivo(s) no formato EndNote (*.enw), 100 documentos para exportação.
- 5) Organização e tratamento de dados selecionados no software Zotero:
 - a) Renomear a coleção (maior) para “spell_endnote tratado”.
 - b) Com o item “documentos sem coleção” sem arquivos, (i) remover as outras coleções (Não usar “remover coleções e itens”), (ii) selecione todos os artigos e (iii) adicione na coleção “spell_endnote tratado”.

- c) Remova da coleção “spell_endnote tratado” os arquivos duplicados;
 - d) Realize tratamento de eventuais correções de dados.
- 6) Criar o arquivo (RIS) “spell-endnote tratado.ris” a partir da exportação dos dados tratados no Zotero (exportar coleção => formato CIS => marcar todas seleções e codificação UTF-8).
 - 7) Criar o arquivo (CVS) “spell-endnote tratado.cvs” a partir da exportação dos dados tratados no Zotero (exportar coleção => formato CVS => marcar todas seleções e codificação UTF-8);
 - 8) Criar o arquivo (MS Excel) “Dados analisados.xlsx” a partir da exportação do arquivo “spell-endnote tratado.cvs” (pasta de trabalho em branco => dados => de text/CSV => delimitador virgula => carregar).
 - 9) Realizar a contagem e frequências dos artigos por ano, a partir do arquivo “Dados analisados.xlsx”, pela consulta do filtro da coluna “Publication Year”.
 - a) Criar o gráfico: Ano X Frequência de publicações.
 - 10) Realizar a contagem e produtividade dos autores e coautores, a partir da leitura do arquivo “spell-endnote tratado.ris”, através do VOSviewer. (Create bibliographic => Read referenc manager => Co-authorship, authors, full counting, ignore documents => minimum documents (1) => number authors (Maximo) => “Verify selected authours”).
 - a) Na tela “Verify selected authours”, exportar os dados na opção “Export selected authours” e salvar o arquivo “Frequência de autores.txt”.
 - 11) Criar o arquivo (MS Excel) “Frequência de autores.xlsx” a partir da exportação do arquivo “Frequência de autores.txt” (pasta de trabalho em branco => dados => de text/CSV => delimitador tabulação => carregar).
 - a) Criar o gráfico: Autores X Produtividade de artigos.
 - 12) Criar um arquivo (CVS) “SPELLparaSCOPUS.cvs” com estrutura SCOPUS (sem dados), mantendo em exibição apenas as colunas: (a) “Autors”, (b) “Title”, (c) “Year”, (d) “Source title”, (e) “Page count”, (f) “Cited by”, (g) “Abstract” e (h) “Author Keywords”;
 - 13) Exportação dos dados, a partir do arquivo “Dados analisados.xlsx”, para o arquivo “SPELLparaSCOPUS.cvs” nas seguintes colunas: “Publication Year” -> “Year”, “Author” -> “Authors”, “Title” -> “Title”, “Publication Title” -> “Source title” e “Abstract Note” -> “Abstract”.

- a) A partir da base de dados SPELL, transportar (copiar e colar) a contagem de citações e as Palavras-Chave de cada artigo, para a coluna “Page count” e para a coluna “Author Keywords” do arquivo “SPELLparaSCOPUS.csv”.
 - i) Será necessário digitar manualmente entre as palavras-chave o ponto e vírgula (;).
 - b) A partir da base do *Google Scholar*, transportar (copiar e copiar) a contagem de citações de cada artigo, para a coluna “Cited by” do arquivo “SPELLparaSCOPUS.csv”.
- 14) Realizar a contagem e produtividade dos periódicos, a partir da leitura do arquivo “SPELLparaSCOPUS.csv”, através do VOSviewer (Create bibliographic => Read bibliographic database => citation, sources => minimum documents (1) => number sources (máximo) => “Verify selected sources”).
- a) Na tela “Verify selected sources”, exportar os dados na opção “Export selected sources” e salvar o arquivo “Produtividade dos periódicos.txt”.
- 15) Criar o arquivo (MS Excel) “Produtividade dos periódicos.xlsx” a partir da exportação do arquivo “Produtividade dos periódicos.txt” (pasta de trabalho em branco => dados => de text/CSV => delimitador tabulação => carregar).
- a) Criar o gráfico: Autores X Produtividade de artigos.
- 16) Realizar a identificação das obras de maior impacto, a partir da leitura do arquivo “SPELLparaSCOPUS.csv”, através do MS Excel.
- a) Criar o quadro: obras de maior impacto.
- 17) Realizar o mapeamento da Rede de Coautorias, a partir da leitura do arquivo “spell-endnote tratado.ris”, através do VOSviewer (Create bibliographic => Read referenc manager => Co-authorship, authors, full counting, ignore documents => minimum documents (1) => number authors (máximo) => “Verify selected authours”, finish => Yes).
- a) Salve a imagem (Save Screenshot) da Rede de coautoria.
- 18) Realizar o mapeamento da frequência de Palavras-Chave, a partir da leitura do arquivo “SPELLparaSCOPUS.csv”, através do VOSviewer (Create bibliographic => Read referenc manager => Co-occurrence, authors keywords, full counting => minimum documents (1) => number authors (máximo) => “Verify selected authours”, finish => Yes).
- a) Salve a imagem (Save Screenshot) da Rede de Palavras-Chave.

Apêndice C – Bibliometria Formação Empreendedora (FE)

Para esse construto, utilizou-se Bases de dados SPELL (*Scientific Periodicals Electronic Library*), pertencente a Base de dados da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD, que possibilitam a busca de artigos em periódicos que passam por critérios confiáveis de indexação e aprovação, além de fator de impacto calculado. Os procedimentos da consulta bibliometria estão descritos e detalhados no Apêndice B.

Considerando o algoritmo “*RESUMO Educação Empreendedora OU RESUMO Educação em Empreendedorismo OU RESUMO Educação para o Empreendedorismo OU RESUMO Formação Empreendedora OU RESUMO Formação em Empreendedorismo OU RESUMO Formação para o Empreendedorismo*”, foram identificados 253 documentos. Após aplicar os filtros Resumo, somente artigos, apenas em português (Brasil), foi selecionada uma amostra de 226 artigos.

Durante a leitura dos títulos, palavras-chave e resumos, foram desconsiderados 61 artigo por terem temas diferentes da pesquisa¹⁷, nesse sentido, foram selecionados 165 artigos relacionados ao tema **Formação Empreendedora**.

Após exportação dos dados dos 165 arquivos selecionados no formato EndNote (*.enw) e importação para o software Zotero, foi identificada a existência de 171 documentos, sendo 6 livros e 165 artigos de periódicos.

Dos 171 documentos, foram desconsiderados 7 documentos (6 livros e 1 artigo) por estarem sem dados ou duplicados, restabelecendo assim os 164 artigos selecionados na amostra.

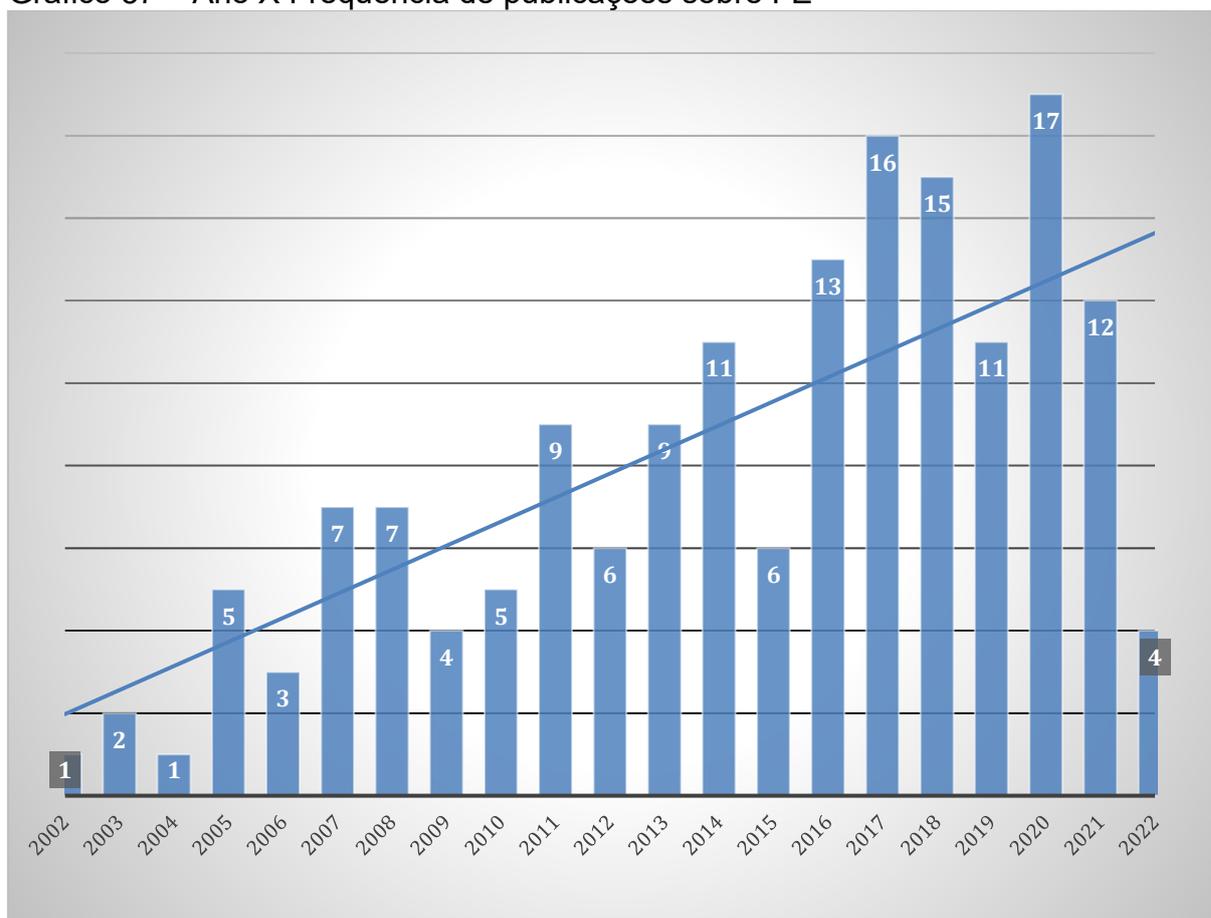
1 – Frequência de publicação por ano (FE)

Os 164 artigos da amostra englobam a produção entre os anos de 2002 e 2022. Segue a distribuição dos artigos relacionados ao tema **Formação Empreendedora**

¹⁷ Artigos desconsiderados: ID: 7071, ID: 16825, ID: 45692, ID: 28816, ID: 9305, ID: 10111, ID: 39887, ID: 52237, ID: 33286, ID: 38937, ID: 38996, ID: 39710, ID: 53720, ID: 55672, ID: 903, ID: 7434, ID: 29861, ID: 39487, ID: 44218, ID: 56942, ID: 9282, ID: 32996, ID: 39238, ID: 42788, ID: 43838, ID: 43987, ID: 44059, ID: 45335, ID: 48450, ID: 55457, ID: 56866, ID: 57966, ID: 3115, ID: 9304, ID: 15413, ID: 24480, ID: 24859, ID: 34054, ID: 47190, ID: 48077, ID: 49687, ID: 50546, ID: 55233, ID: 56388, ID: 59412, ID: 59727, ID: 61328, ID: 61430, ID: 61934, ID: 62200, ID: 62778, ID: 63527, ID: 63702, ID: 64470, ID: 64975, ID: 65076, ID: 65133, ID: 65449, ID: 67046, ID: 67087, ID: 67420)

indexadas na base SPELL, iniciou em 2002 com a publicação do artigo de Marianne Hoeltgebaum e Dilson Tomio (afiliados na Universidade Federal de Blumenau – FURB), intitulado “A necessidade das universidades formarem empreendedores: o caso da Furb e propostas”, publicado na Revista de Negócios (Qualis B2). Observe-se que o tema se encontra com demanda de pesquisa em estabilidade, sendo em 2020 (10,36%) o maior volume de publicações (Gráfico 57).

Gráfico 57 – Ano X Frequência de publicações sobre FE

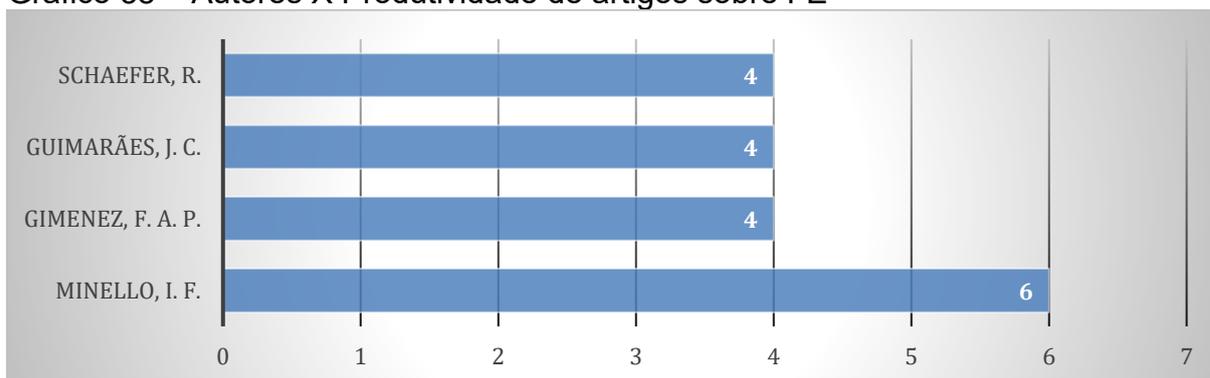


Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

2 – Produtividade de autores sobre FE (LEI DE LOTKA)

Os 164 artigos da amostra englobam 407 autores e coautores associados. Destes, 87,71% dos autores (357) produziram apenas um artigo; 9,33% dos autores (38) produziram dois artigos; 1,96% dos autores (8) produziram 3 artigos; 0,74% dos autores (3) produziram 4 artigos e o Prof. Dr. Ítalo Fernando Minello (afiliado na Universidade Federal de Santa Maria – UFSM) produziu 6 artigos (0,24%) (Gráfico 58).

Gráfico 58 – Autores X Produtividade de artigos sobre FE



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

3 – Produtividade de periódicos sobre FE (LEI DE BRADFORD)

Os 164 artigos da amostra estão distribuídos em 68 periódicos. Destes, 47,05% dos periódicos (32) publicaram apenas um artigo, 25,00% dos periódicos (17) publicaram dois artigos, 27,95% dos periódicos (19) publicaram acima de 3 artigos. Destaque para a Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas com 17 artigos na amostra (Gráfico 59).

Gráfico 59 – Produtividade de periódicos sobre FE



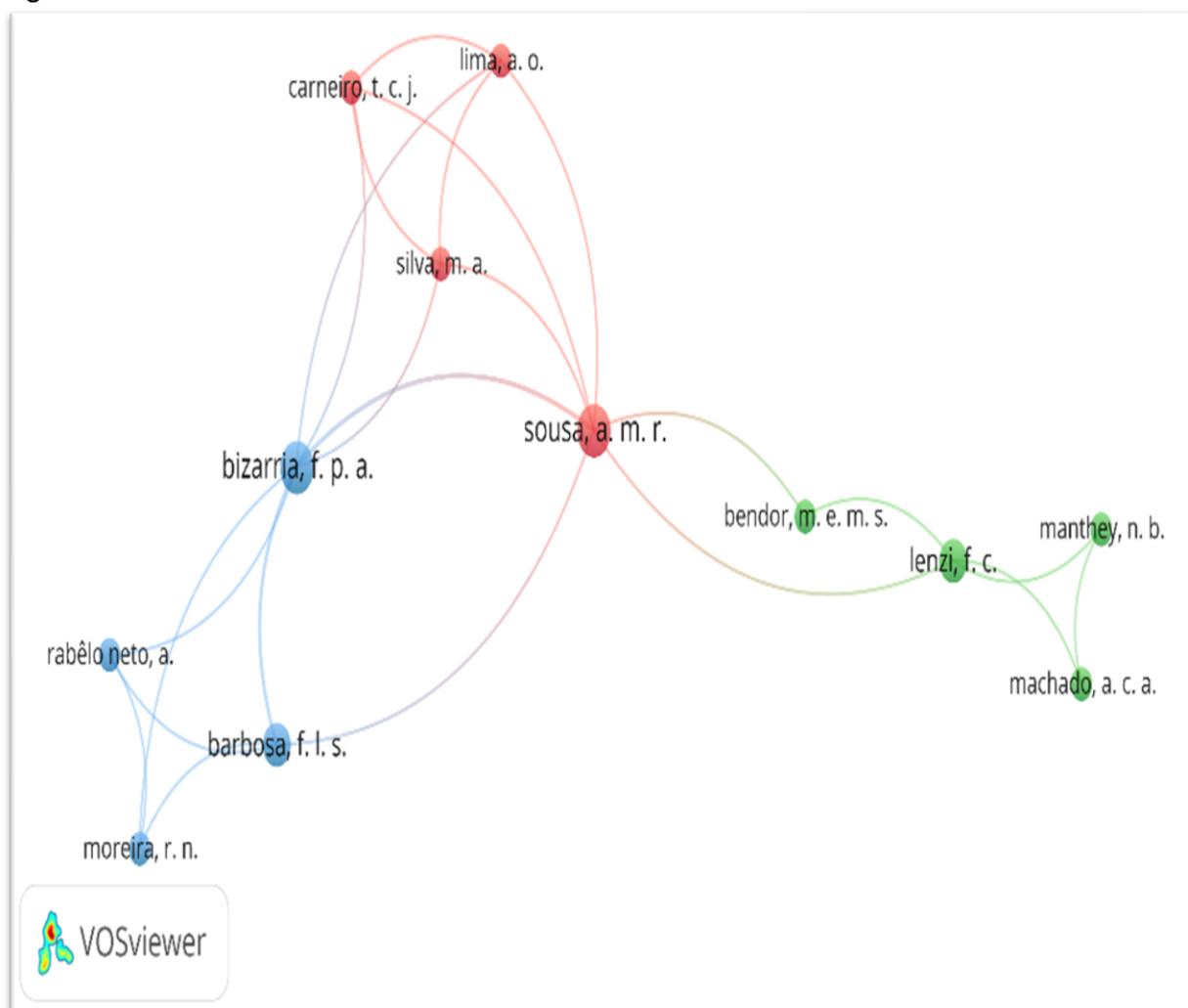
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

4 – Rede de coautoria sobre FE

Considerando a leitura dos dados no software VOSviewer dos 164 artigos da amostra, considerando autores com pelo menos um artigo na amostra, foi gerado um mapeamento (Figura 37) com 12 autores distribuídos em três clusters:

- Clusters (na cor AZUL) liderado por **Fabiana Pinto de Almeida Bizarria** com 7 ligações (Afiada na Universidade de Fortaleza – UNIFOR – Brasil);
- Cluster (na cor VERMELHA) liderado por **Antônia Márcia Rodrigues Sousa** com 7 ligações (Afiada na Faculdade Luciano Feijão – FLF – Brasil);
- Cluster (na cor VERDE) liderado por **Fernando Cesar Lenzi** com 4 ligações (Afiado na Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI– Brasil).

Figura 37 – Rede de coautoria sobre FE

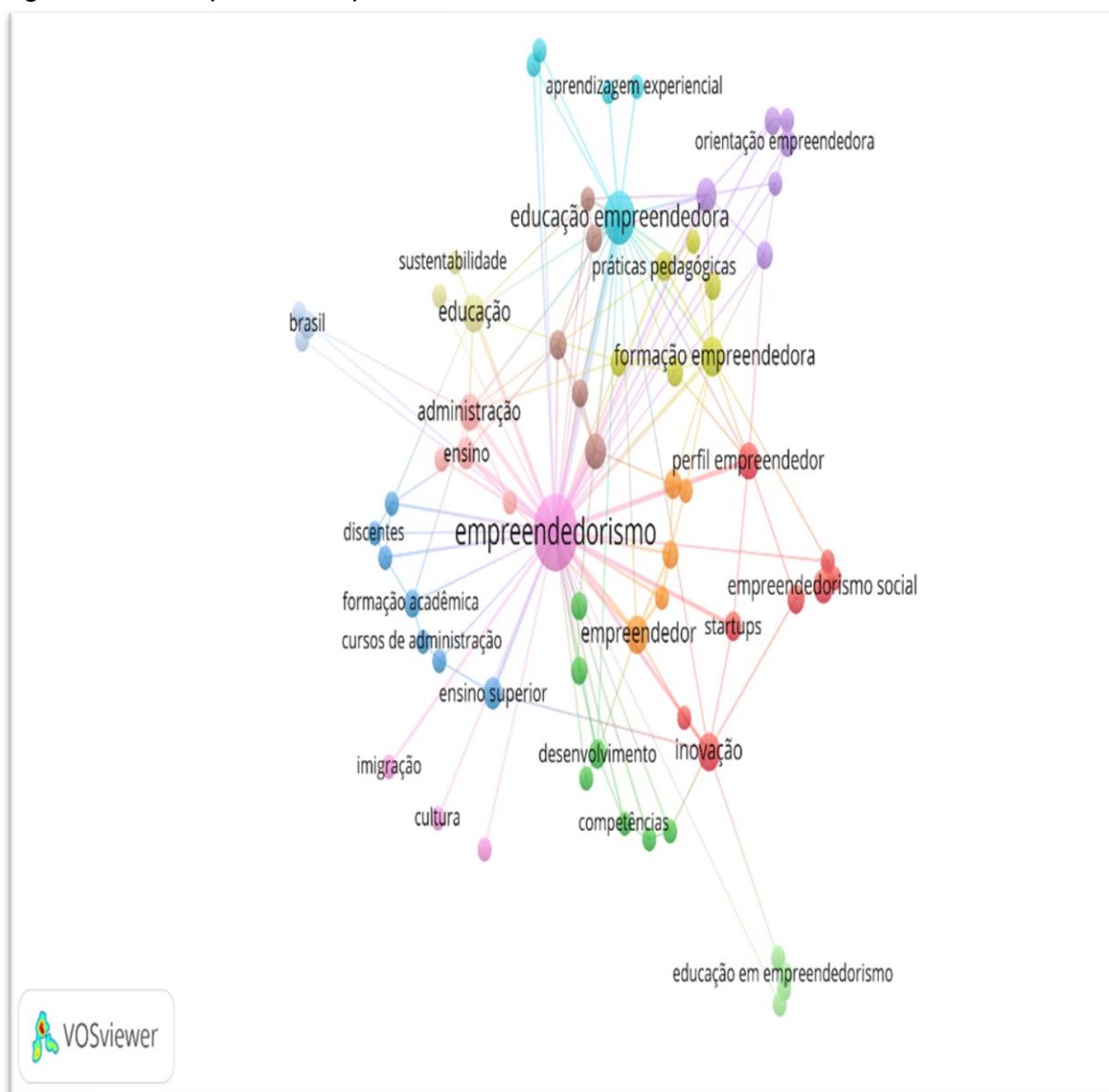


Fonte: Elaborado pelo autor através do VOSviewer (2022)

5 – Frequência de palavras sobre FE (LEI DE ZIPF)

Para analisar a rede de concorrência de palavras e identificar o conjunto de tópicos sobre o tema **Formação Empreendedora** que demonstram a maior frequência das 468 palavras: Empreendedorismo (88), Educação Empreendedora (26) e Formação Empreendedora (10). Na relação entre si e com os demais termos (344), formou-se uma rede restrita a palavras-chave com no mínimo duas ocorrências, o que resultou na formação de 23 clusters (Figura 38).

Figura 38 – Frequência de palavras-chave sobre FE



Fonte: Elaborado pelo autor através do VOSviewer (2022)

6 – Obras de maior impacto sobre FE

Dos 164 artigos da amostra, o artigo “Avaliação do ensino de Empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor” por Estevão Lima de Carvalho Rocha e Ana Augusta Ferreira Freitas apresenta o maior impacto em citações, sendo 173 no *Google Scholar*.

Segue a seleção de 25 artigos com os maiores impactos e relevância entre os 164 artigos da amostra entre os anos de 2002 e 2022 (Quadro 97). Na definição da seleção, foi utilizado os seguintes critérios:

- a) 09 artigos – entre os anos de 2002 e 2016, com mais de 50 citações;
- b) 03 artigos – no ano de 2017, com mais de 25 citações;
- c) 05 artigos – entre os anos de 2018 e 2019, com mais de 10 citações;
- d) 03 artigos – no ano de 2020, com mais de 04 citações;
- e) 05 artigos – entre os anos de 2021 e 2022, entre os periódicos com mais de 04 publicações

Considerando os 164 artigos da amostra, 25 artigos foram lidos e utilizados na construção da fundamentação teórica sobre Formação Empreendedora¹⁸.

¹⁸ Segue link dos dados e arquivos tratados durante a pesquisa bibliométrica: <https://1drv.ms/u/s!AnQJKacGImlogcAfxm1RWhqRhOKSaQ?e=SCZGau>

Quadro 97 – Obras com maior impacto sobre FE

LEGENDA						
C1: Quantidade de citações na Base SPELL no dia 15/10/2022;						
C2: Quantidade de citações na Base Google Scholar no dia 15/10/2022						
	Autores e coautores	Títulos	Ano	Título do Periódico	C1	C2
1	Rocha, E. L. C.; Freitas, A. A. F.	Avaliação do ensino de Empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor	2014	Revista de Administração Contemporânea	35	173
2	Costa, A. M.; Barros, D. F.; Carvalho, J. L. F.	A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do Empreendedorismo	2011	Revista de Administração Contemporânea	30	165
3	Henrique, D. C.; Cunha, S. K.	Práticas didático-pedagógicas no ensino de Empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais	2008	Revista de Administração Mackenzie	19	128
4	Ipiranga, A. S. R.; Freitas, A. A. F.; Paiva, T. A.	O Empreendedorismo acadêmico no contexto da interação universidade – empresa – governo	2010	Cadernos EBAPE.BR	22	122
5	Schaefer, R.; Minello, I. F.	Educação Empreendedora: Premissas, Objetivos e metodologias	2016	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	14	93
6	Lima, E.; Lopes, R. M. A.; Nassif, V. M. J.; Silva, D.	Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em Empreendedorismo	2015	Revista de Administração Contemporânea	23	86
7	Oliveira, A. G. M.; Melo, M. C. O. L.; Muylder, C. F.	Educação empreendedora: o desenvolvimento do Empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior	2016	Revista Administração em Diálogo	10	61
8	Silva, J. F.; Pena, R. P. M.	O “Bê-Á-Bá” do Ensino em Empreendedorismo: Uma Revisão da Literatura sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora	2017	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	11	58
9	Silveira, A.; Gouvêa, A. B. C. T.	Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas	2008	Revista de Administração FACES Journal	6	56
10	Cruz Júnior, J. B.; Araújo, P. C.; Wolf, S. M.; Ribeiro, T.	Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática	2006	Revista de Ciências da Administração	6	54
11	Gimenez, F. A. P.; Ferreira, J. M.; Ramos, S. C.	Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa	2017	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	8	43
12	Schaefer, R.; Minello, I. F.	A Formação de Novos Empreendedores: Natureza da Aprendizagem e Educação Empreendedoras	2017	Revista da Micro e Pequena Empresa	9	26
13	Santos, E. F. D; Benneworth, P.	Interação Universidade-Empresa: Características Identificadas na Literatura e a Colaboração Regional da Universidade de Twente	2019	Revista de Administração, Sociedade e Inovação	4	13
14	Araújo, G. F.; Davel, E.	Educação Empreendedora, Experiência e John Dewey	2018	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	1	13
15	Hashimoto, M.; Krakauer, P. V. C.; Cardoso, A. M.	Inovações nas Técnicas Pedagógicas para a Formação de Empreendedores	2018	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	2	12
16	Costa, C. F.; Silva, S. M. G.	Novo Neoliberalismo Acadêmico e o Ensino Superior no Brasil	2019	REAd. Revista Eletrônica de Administração	0	12
17	Johan, D. A.; Krüger, C.; Minello, I. F.	Educação empreendedora: um estudo bibliométrico sobre a produção científica recente	2018	NAVUS – Revista de Gestão e Tecnologia	2	11
18	Barbosa, R. A. P.; Silva, E. A.; Gonçalves, F. H. L.; Morais, F. R.	O Impacto da Educação Empreendedora na Intenção de Empreender: Análise dos Traços de Personalidade	2020	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	2	7
19	Ghobril, A. N.; Baker, D.; Rokop, N.; Carlson, C. R.	Para Além dos Cursos de Empreendedorismo: Estratégia, Estrutura e Processos na Illinois Tech para se Tornar uma Universidade Empreendedora	2020	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	1	5
20	Ribeiro, A. T. V. B.; Plonski, G. A.	Educação Empreendedora: O que Dizem os Artigos mais relevantes? Proposição de uma Revisão de Literatura e Panorama de Pesquisa	2020	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	0	5
21	Bastos, M. F.; Souza Neto, B.; Diniz, D. M.	Não-Manual do Empreendedorismo: Atividades Reflexivas para uma Educação Empreendedora	2021	Revista da Micro e Pequena Empresa	0	1
22	Silva, C. P. S.; Pereira, E. C.; Guimarães, J. C.	Educação empreendedora no ensino superior: uma análise sob a perspectiva dos estudantes de administração	2021	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	0	0
23	Garçon, M. M.; Nassif, V. M. J.	Orientação Empreendedora Individual sob Medida: Desenvolvimento de Escala Voltada ao Empreendedorismo Social	2021	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	0	0
24	Menezes, C. R. C.; Santana, J. R.	Análise recente da produção científica internacional sobre Gestão do Conhecimento: Scienedirect – 2015 a 2019	2022	Gestão & Regionalidade	0	0
25	Carvalho, A. J. C.; Silva, M. R.	Práticas implementadas para Formação Empreendedora na educação básica	2022	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	0	0

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Apêndice D – Procedimentos Bibliometria Base Wos

O primeiro processo foi a definição dos algoritmos de busca. Nesse sentido, foi definido para o termo “Competições de Planos de Negócios (Business Plan Competition)” o seguinte algoritmo:

- a) *TS= (“Business Plan Competition” or “Business Plan Competitions” or “Business Model Competition” or “Business Model Competitions” or “Business Ideas Competition” or “Business Ideas Competitions” or “Startup Competition” or “Startup Competitions”)*

O segundo processo foi estabelecer as etapas e procedimentos corretos, que seguem listados a seguir:

- 1) Definição dos algoritmos com operadores lógicos.
- 2) Pesquisa avançada na Base de dados com os algoritmos com operadores lógicos e aplicação de filtros pré-determinados.
- 3) Análise da amostra com a leitura dos títulos, palavras-chave e resumos.
 - a) Exclusão, na amostra, dos documentos fora da temática pesquisada.
- 4) Exportação dos dados selecionados da Base através da geração do arquivo de texto sem formatação (registro completo e referências citadas) – salvar CPN.txt.
- 5) Realizar a contagem e frequências dos artigos por ano, a partir do arquivo gerado na análise dos resultados (WOS) – Ano de publicação – data – Todas as linhas de dados (até 100.000) – Baixar tabela de dados – salvar Analyze.txt.
 - a) Criar o arquivo (MS Excel) “dados tratados.xlsx”
 - b) Exportação do arquivo “Analyze.txt” (dados => de text/CSV => delimitador tabulação => carregar).
 - c) Criar o gráfico: Ano X Frequência de publicações.
- 6) Realizar a contagem e produtividade dos autores e coautores, a partir da leitura do arquivo “CPN.txt”, através do VOSviewer¹⁹. (Create bibliographic => Read referenc maneger => Co-authorsship, authors, full counting, ignore documents => minimum documents (1) => number authors (Maximo) => “Verify selected authours”).

¹⁹ VOSviewer® version 1.6.18. Disponível em: <https://www.vosviewer.com/>

- a) Na tela “Verify selected authours”, exportar os dados na opção “Export selected authours” e salvar o arquivo “autores.txt”;
 - b) Abrir anova aba no arquivo (MS Excel) “dados tratados.xlsx”;
 - c) Exportação do arquivo “autores.txt” (dados => de text/CSV => delimitador tabulação => carregar).
 - d) Criar o gráfico: Autores X Produtividade de artigos.
- 7) Realizar a contagem e produtividade dos periódicos, a partir da leitura do arquivo “CPN.txt”, através do VOSviewer (Create bibliographic => Read bibliographic database => citacion, sources => minimum documents (1) => number sources (máximo) => “Verify selected sources”).
- a) Na tela “Verify selected sources”, exportar os dados na opção “Export selected sources” e salvar o arquivo “periódicos.txt”;
 - b) Abrir anova aba no arquivo (MS Excel) “dados tratados.xlsx”
 - c) Exportar do arquivo “periódicos.txt” (dados => de text/CSV => delimitador tabulação => carregar).
 - d) Criar o gráfico: Autores X Produtividade de artigos.
- 8) Realizar o mapeamento da Rede de Coautorias, a partir da leitura do arquivo “CPN.txt”, através do VOSviewer (Create bibliographic => Read referenc maneger => Co-authorsship, authors, full counting, ignore documents => minimum documents (1) => number authors (máximo) => “Verify selected authours”, finish => Yes e no).
- a) Salve a imagem (Save Screenshot) da Rede de coautoria.
- 9) Realizar o mapeamento da frequência de Palavras-Chave, a partir da leitura do arquivo “CPN.txt”, através do VOSviewer (Create bibliographic => Read referenc maneger => Co-occurrence, authors keywords, full counting => minimum documents (1) => number authors (máximo) => “Verify selected authours”, finish => Yes).
- a) Salve a imagem (Save Screenshot) da Rede de Palavras-Chave.
- 10) Realizar a identificação das obras de maior impacto, a partir da leitura do arquivo “CPN.txt”, através do MS Excel.
- a) Criar o quadro: obras de maior impacto.

Apêndice E – Bibliometria Competições de Planos de Negócios (CPN)

Para esse construto, devido à baixa ocorrência dos termos em português, utilizou-se a Bases de dados *Web of Science* (WOS) – coleção principal (Clarivate Analytics), a partir do acesso remoto do portal de periódicos da CAPES por meio da Comunidade Acadêmica Federada – CAFE, que possibilita a busca de artigos em periódicos que passam por critérios confiáveis de indexação e aprovação, além de fator de impacto calculado. Os procedimentos da consulta bibliometria estão descritos e detalhados no Apêndice D.

Considerando as ocorrências dos termos mais frequentes na língua inglesa no *Google Scholar*, foi utilizado os seguintes algoritmos:

- a) FE => (“*Entrepreneurship Education*” or “*Entrepreneurial Education*” or “*Education for Entrepreneurship*” or “*Entrepreneurship Training*” or “*Entrepreneurial Training*” or “*Training for Entrepreneurship*”)
- b) CPN => (“*Business Plan Challenge*” or “*Business Model Challenge*” or “*Business Ideas Challenge*” or “*Business Plan Competition*” or “*Business Plan Competitions*” or “*Business Model Competition*” or “*Business Model Competitions*” or “*Business Ideas Competition*” or “*Business Ideas Competitions*” or “*Startup Challenge*” or “*Startup Competition*” or “*Startup Competitions*”)

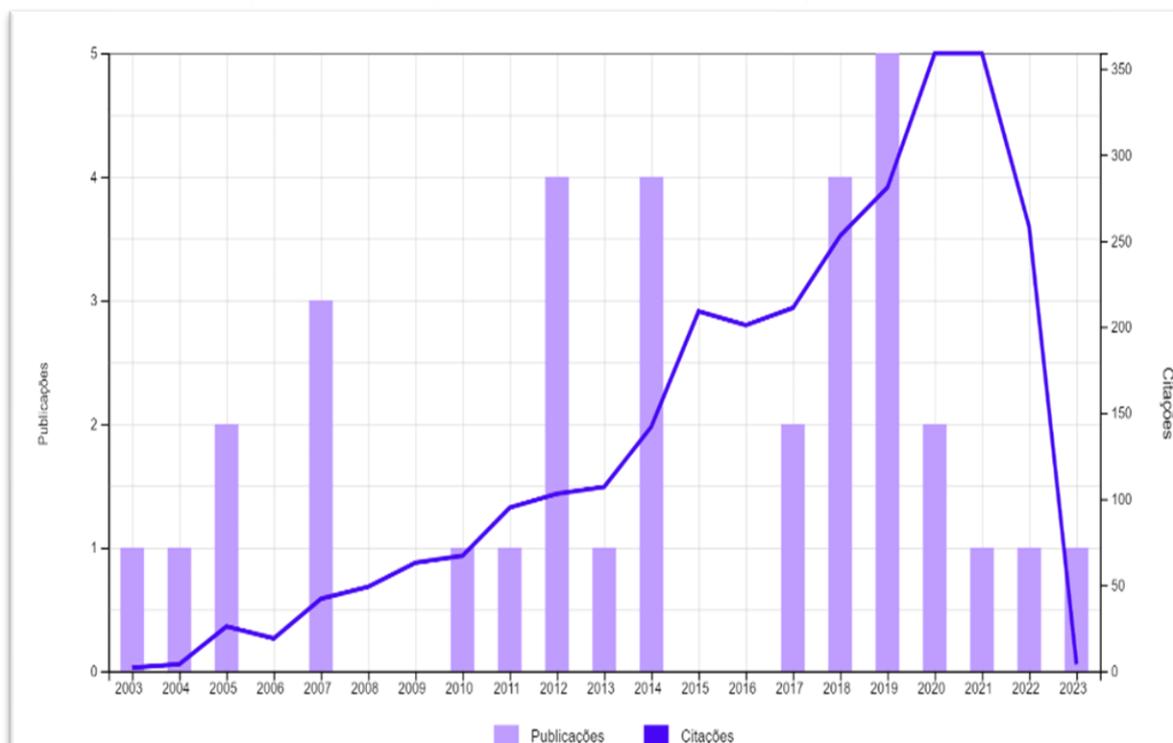
Analisando a quantidade de documentos, foi identificada que a intercessão entre os algoritmos FE (Formação Empreendedora) com 4.223 documentos e CPN (Competições de Planos de Negócios) com 81 documentos, a ocorrência de apenas 19 documentos. Esse dado, demonstra a baixa produção acadêmica no tema pesquisado e, portanto, a relevância da pesquisa a ser construída.

Durante a leitura dos títulos, palavras-chave e resumos, foram desconsiderados 03 artigo por não estarem relacionadas ao tema; e em nova análise entre as referências dos 16 documentos da amostra, foram identificados e inseridos na amostra 18 documentos com relevância ao tema. Nesse sentido, foi selecionada uma amostra de 34 documentos relacionados ao tema.

1 – Frequência de publicação por ano sobre CPN

Os 34 documentos da amostra englobam a produção entre os anos de 2003 e 2023. Segue a distribuição dos artigos relacionados ao tema Formação Empreendedora e Competições de Planos de Negócios indexadas na base WOS, no qual tem início em 2003 com a publicação de Dante Di Gregorio e Scott Shane (afiliados a University of Maryland – USA) com o artigo “*Why do some universities generate more start-ups than others?*”, publicado na RESEARCH POLICY. A frequência sobre o tema se encontra com demanda instável, sendo 2019 o maior volume, com 05 publicações na amostra (Gráfico 60).

Gráfico 60 – Ano (2003 a 2023) X Frequência de publicações sobre CPN



Fonte: Elaborado pelo autor a partir do WOS (2023)

2 – Produtividade de autores sobre CPN (Lei de Lotka)

Os 34 documentos da amostra englobam 71 autores e coautores associados. Destes, 94,37% dos autores (67) produziram apenas um artigo na amostra e 5,63% dos autores (4) produziram mais de dois artigos na amostra. Segue em destaque, Kayleigh Watson (Northumbria University – UK) e Pauric McGowan (University of Ulster – UK) com 4 artigos na amostra (Gráfico 61).

Gráfico 61 – Autores X Produtividade de artigos sobre CPN



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

3 – Produtividade de periódicos sobre CPN (Lei de Bradford)

Os 34 documentos da amostra estão distribuídos em 27 periódicos. Destes, 81,48% dos periódicos (22) publicaram apenas um artigo na amostra e 18,52% dos periódicos (5) publicaram mais de dois artigos na amostra. Destaca-se o periódico “*entrepreneurship theory and practice*” com 3 documentos e 739 citações e para o “*international journal of entrepreneurial behavior & research*” com 3 documentos e 67 citações (Quadro 98).

Quadro 98 – Produtividade de periódicos sobre CPN

source	documents	citations
entrepreneurship theory and practice	3	739
research policy	1	692
academy of management learning & education	1	461
management learning	1	296
international journal of management reviews	1	270
journal of business venturing	1	93
american economic review	1	70
international journal of entrepreneurial behavior & research	3	67
r & d management	1	50
education and training	2	23
journal of small business management	1	22
european planning studies	1	16
international journal of technology management	1	14
industry and higher education	1	12
journal of entrepreneurship in emerging economies	2	11

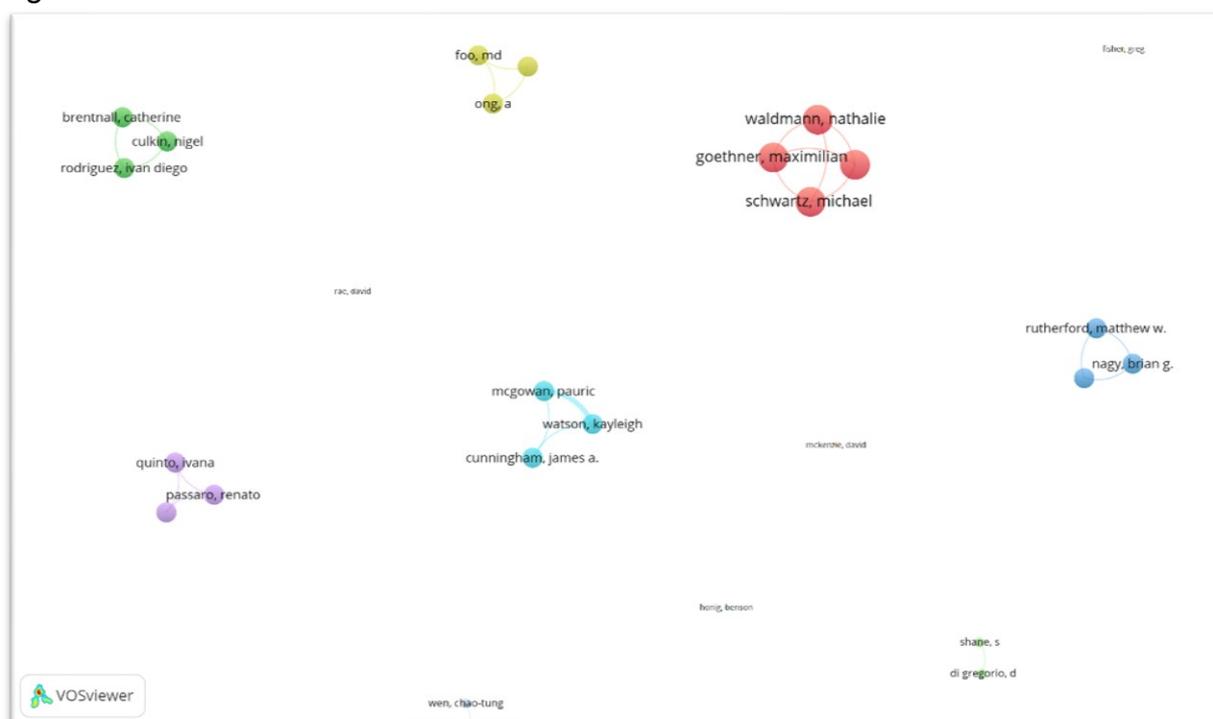
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4 – Rede de coautoria sobre CPN

Considerando a leitura dos dados no software VOSviewer dos 34 artigos da amostra, considerando autores com pelo menos 10 citações na amostra, foi gerado um mapeamento com 17 clusters. Segue destaque (Figura 39):

- a) Cluster (na cor VERMELHA) liderado por **Michael Schwartz** com 3 ligações (afiliado ao *Halle Institute for Economic Research – Germany*);
- b) Cluster (na cor AZUL escuro) liderado por **Jeffrey M. Pollack** com 2 ligações (afiliado na *North Carolina State University – USA*);
- c) Cluster (na cor AMARELA) liderado por **Maw Der Foo** com 2 ligações (afiliado na *Nanyang Technological University – Singapura*);
- d) Cluster (na cor AZUL claro) liderada por **Kayleigh Watson** com 2 ligações (afiliada na *Northumbria University – UK*);
- e) Cluster (na cor LILÁS) liderado por **Renato Passaro** com 2 ligações (afiliado na *University of Naples Parthenope – Italy*);
- f) Cluster (na cor VERDE) liderada por **Catherine Brentnall** com 2 ligações (afiliada na *Sheffield Hallam University – UK*).

Figura 39 – Redes de coautoria sobre CPN



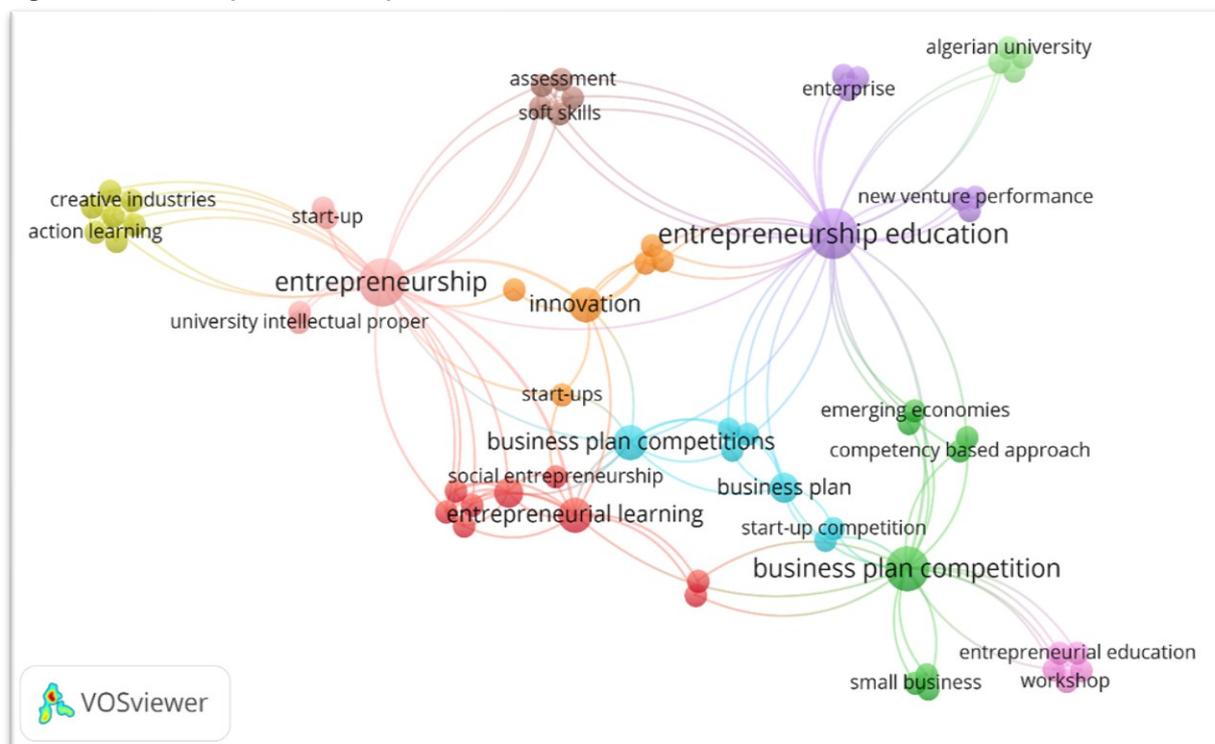
Fonte: Elaborado pelo autor a partir do VOSviewer (2023)

5 – Frequência de palavras sobre CPN (Lei de Zipf)

Para analisar a rede de concorrência de palavras e identificar o conjunto de tópicos sobre o tema Competições de Planos de Negócios que demonstram a maior frequência das 77 palavras: *Business Plan Competition(s)* (9), *Entrepreneurship*

Education (8), Entrepreneurship (7), Business Plan (4), Entrepreneurial Learning (3), Innovation (3), e Startup Competition (2). Segue conjunto de palavras-chave resultou na formação de 14 clusters (Figura 40).

Figura 40 – Frequência de palavras-chave sobre CPN



Fonte: Elaborado pelo autor a partir do VOSviewer (2023)

6 – Rede de autores mais citados sobre CPN

Dos 34 documentos da amostra, foram identificados 1216 autores, dentre os mais citados destacam-se 09 (0,74%) autores e suas afiliações (Quadro 99). Segue também o mapa de autores mais citados dentre os autores citados (Figura 41).

Quadro 99 – Rede de aurores sobre CPN

Nome e afiliação	Citações
David Rae (Montfort University – UK)	33
Scott Shane (Case Western Reserve University – USA)	25
Benson Honig (McMaster University – CA)	18
Jason Cope (Lancaster University Management School – UK)	17
Luke Pittaway (Ohio University – USA)	14
Simon Bridge (Universidade do Ulster – UK)	12
Saras Sarasvathy (University of Virginia's Darden – USA)	11
Jeffry Timmons (Babson College – USA)	10
Kayleigh Watson (Northumbria University – UK)	10

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quadro 100 – Obras com maior impacto sobre CPN

	Título	Autores	Título da fonte	Ano	Cit
1	Why do some universities generate more start-ups than others?	Di Gregorio, D; Shane, S	RESEARCH POLICY	2003	692
2	Entrepreneurship Education: Toward a Model of Contingency-Based Business Planning	Honig, Benson	ACADEMY OF MANAGEMENT LEARNING & EDUCATION	2004	461
3	Do others think you have a viable business idea? Team diversity and judges' evaluation of ideas in a business plan competition	Foo, MD; Wong, PK; Ong, A	JOURNAL OF BUSINESS VENTURING	2005	93
4	Entrepreneurial learning: Researching the interface between learning and the entrepreneurial context	Harrison, R; Leitch, CM	ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	2005	193
5	The innovation process of entrepreneurial teams in dynamic business plan competition: from sense-making perspective	Wen, Chao-Tung; Chen, Yi-Wen	INTERNATIONAL JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT	2007	14
6	Nurturing and growing innovative start-ups: the role of policy as integrator	Clarysse, Bart; Bruneel, Johan	R & D MANAGEMENT	2007	50
7	Simulating entrepreneurial learning – Integrating experiential and collaborative approaches to learning	Pittaway, Luke; Cope, Jason	MANAGEMENT LEARNING	2007	296
8	Member Experience, Use of External Assistance and Evaluation of Business Ideas	Foo, Maw-Der	JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT	2010	22
9	Action learning in new creative ventures	Quase, David	INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR & RESEARCH	2012	28
10	Preparedness and Cognitive Legitimacy as Antecedents of New Venture Funding in Televised Business <i>Pitches</i>	Pollack, Jeffrey M.; Rutherford, Matthew W.; Nagy, Brian G.	ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	2012	134
11	Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research	Fisher, Greg	ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	2012	412
12	Start-up Competitions as quase Instrument of Entrepreneurship Policy: The German Experience	Schwartz, Michael; Goethner, Maximilian; Michelsen, Claus; Waldmann, Nathalie	EUROPEAN PLANNING STUDIES	2013	16
13	Entrepreneurial Learning: Past Research and Future Challenges	Wang, Catherine L.; Chugh, Harveen	INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT REVIEWS	2014	270
14	Start-up competitions as learning environment to foster the 341entrepreneurial process	Passaro, Renato; Quinto, Ivana; Thomas, Antonio	INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR & RESEARCH	2017	20
15	Identifying and Spurring High-Growth Entrepreneurship: Experimental Evidence from a Business Plan Competition	McKenzie, David	AMERICAN ECONOMIC REVIEW	2017	70
16	Analysis of the impacts of entrepreneurship training on growth performance of firms: Quase-experimental evidence from Nigeria	Efobi, Uchenna; Orkoh, Emmanuel	JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP IN EMERGING ECONOMIES	2018	9
17	BLUEPRINT FOR A BUSINESS PLAN COMPETITION: CAN IT WORK?	Cant, Michael Colin	MANAGEMENT-JOURNAL OF CONTEMPORARY MANAGEMENT ISSUES	2018	2
18	The contribution of realist evaluation to critical analysis of the effectiveness of entrepreneurship education competitions	Brentnall, Catherine; Rodriguez, Ivan Diego; Culkin, Nigel	INDUSTRY AND HIGHER EDUCATION	2018	12
19	The Role of the Startup Competition and Entrepreneurial Ecosystem in the Integration of Entrepreneurship Education Within the Algerian Universities	Dif, Aicha; Bourane, Soumia; Benziane, Abdelbaki	ADVANCES IN HUMAN FACTORS, BUSINESS MANAGEMENT AND SOCIETY	2019	3
20	Business plan competitions in developed and emerging economies What do we still need to know?	Tipu, Syed Awais Ahmad	JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP IN EMERGING ECONOMIES	2019	2
21	Emergent perspectives toward the business plan among nascent entrepreneur start-up competition participants	Watson, Kayleigh; McGowan, Paucic	JOURNAL OF SMALL BUSINESS AND ENTERPRISE DEVELOPMENT	2019	5
22	Assessing entrepreneurial competences: insights from a business model challenge	Bolzani, Daniela; Luppi, Elena	EDUCATION AND TRAINING	2021	7
23	Covid-19 and its impact on venture <i>Pitching</i> competitions in higher education: a case study	Smith, Douglass; Muldoon, Jeffrey	SMALL ENTERPRISE RESEARCH	2021	0
24	Impact of entrepreneurship education in colleges and universities on entrepreneurial entry and performance	Zhao, Yubing; Zhao, Xianzhou; Shi, Jingyi; Du, Hongpu; Marjerison, Rob Kim; Peng, Chuanyu	ECONOMIC RESEARCH-EKONOMSKA ISTRAZIVANJA	2022	1
25	Enhancing Graduate Student Entrepreneurial Intention: A Designed Workshop Based on Exploratory Factor Analysis	Ohashi, Takumi; Kusu, Haruna; Inoue, Mai; Tsukagoshi, Hikaru; Takeda, Ryuta; Saijo, Miki	INNOVATION OF BUSINESSES, AND DIGITALIZATION DURING COVID-19 PANDEMIC, ICBT 2021	2023	0

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice F – Instrumento de análise: comparação entre as CE (F) (p. 1)

LEGENDA: **FONTE AZUL** Cluster Realização de McClelland ou Área Criatividade da *European Commission*
 FONTE PRETA Cluster Planejamento de McClelland ou Área Recursos da *European Commission*
 FONTE VERMELHA Cluster Poder de McClelland ou Área Interagindo da *European Commission*

Quadro 101 – Instrumento de análise: comparação entre as CE (F) (p. 1)

McClelland (1990)	<i>European Commission</i> (2018)
(Mc-1) Vê e age em oportunidades de negócios novas ou incomuns	
(Mc-2) Age antes de ser solicitado ou forçado a fazê-lo por eventos	
(Mc-3) Toma ações repetidas para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo	
(Mc-4) Muda para uma estratégia alternativa para alcançar um objetivo	
(Mc-5) Declara uma preferência por situações que envolvam um desafio ou risco moderado	
(Mc-6) Calcula deliberadamente os riscos	
(Mc-7) Toma medidas para reduzir riscos ou controlar os resultados	
(Mc-8) Encontre maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas ou mais baratas	
(Mc-9) Atua para fazer coisas que atendam ou excedam os padrões de excelência ou melhorem o desempenho passado	
(Mc-10) Aceita total responsabilidade por problemas na conclusão de um trabalho	
(Mc-11) Faz um sacrifício pessoal ou gasta um esforço extraordinário para completar um trabalho	
(Mc-12) Colabora com os empregados, se coloca no lugar deles e se necessário faz o trabalho	
(Mc-13) Articula visões e objetivos claros e de longo alcance	
(Mc-14) Define e revisa continuamente objetivos de curto prazo	
(Mc-15) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes	
(Mc-16) Usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis	
(Mc-17) Planeja dividindo uma grande tarefa em subtarefas	
(Mc-18) Mantém registros financeiros e os usa para tomar decisões de negócios	
(Mc-19) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos	
(Mc-20) Usa estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros	
(Mc-21) Usa contatos comerciais e pessoais como agentes para atingir seus próprios objetivos	
(Mc-22) Busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros	
(Mc-23) Mantém-se fiel ao próprio julgamento em face da oposição ou da falta de sucesso precoce	
(Mc-24) Expressa confiança na capacidade de completar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice F – Instrumento de análise: comparação entre as CE (F) (p. 2)

LEGENDA: **FONTE AZUL** Cluster Realização de McClelland ou Área Criatividade da *European Commission*
 FONTE PRETA Cluster planejamento de McClelland ou Área Recursos da *European Commission*
 FONTE VERMELHA Cluster Poder de McClelland ou Área Interagindo da *European Commission*

Quadro 102 – Instrumento de Análise: comparação entre as CE (F) (p. 2)

McClelland (1990)	<i>European Commission</i> (2018)
	(Ec-1) Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico
	(Ec-2) Identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos
	(Ec-3) Estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor
	(Ec-4) Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes
	(Ec-5) Explorar e experimentar abordagens inovadoras
	(Ec-6) Combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos
	(Ec-7) Imagine o futuro
	(Ec-8) Desenvolver uma visão para transformar ideias em ação
	(Ec-9) Visualize cenários futuros para ajudar a orientar o esforço e a ação
	(Ec-10) Julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos
	(Ec-11) Reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo
	(Ec-12) Avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente
	(Ec-13) Refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido
	(Ec-14) Agir com responsabilidade
	(Ec-15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo
	(Ec-16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo
	(Ec-17) Acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratempos e falhas temporárias
	(Ec-18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar
	(Ec-19) Esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo
	(Ec-20) Seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária
	(Ec-21) Obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação
	(Ec-22) Aproveite ao máximo os recursos limitados
	(Ec-23) Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais
	(Ec-24) Estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor
	(Ec-25) Planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo
	(Ec-26) Gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo
	(Ec-27) Inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes
	(Ec-28) Obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos
	(Ec-29) Demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes
	(Ec-30) Iniciar processos que criam valor
	(Ec-31) Aceita desafios
	(Ec-32) Agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas
	(Ec-33) Defina metas de longo, médio e curto prazo
	(Ec-34) Definir prioridades e planos de ação
	(Ec-35) Adaptar-se a mudanças imprevistas
	(Ec-36) Tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais
	(Ec-37) No processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha
	(Ec-38) Lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível
	(Ec-39) Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação
	(Ec-40) Rede
	(Ec-41) Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário
	(Ec-42) Use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado
	(Ec-43) Aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores
	(Ec-44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas)

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice G – Material para análise: comparação entre as CE (F)

Quadro 103 – Material para análise: comparação entre as CE (F)

Competências Empreendedora <i>European Commission</i> (2018)		
Áreas	Competências	microcompetências
Ideias e oportunidades (Criatividade)	Identificando oportunidades	(1) Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico (2) Identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos (3) Estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor
	Criatividade	(4) Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes (5) Explorar e experimentar abordagens inovadoras (6) Combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos
	Visão	(7) Imagine o futuro (8) Desenvolver uma visão para transformar ideias em ação (9) Visualize cenários futuros para ajudar a orientar o esforço e a ação
	Valorizando ideias	(10) Julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos (11) Reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo
	Pensamento ético e sustentável	(12) Avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente (13) Refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido (14) Agir com responsabilidade
Recursos (Mobilizando recursos)	Autoconhecimento e autoeficácia	(15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo (16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo (17) Acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratempos e falhas temporárias
	Motivação e perseverança	(18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar (19) Esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo (20) Seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária
	Mobilizando recursos	(21) Obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação (22) Aproveite ao máximo os recursos limitados (23) Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais
	Alfabetização financeira e econômica	(24) Estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor (25) Planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo (26) Gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo
	Mobilizando outros	(27) Inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes (28) Obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos (29) Demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes
Interagindo (Trabalhando com os outros)	Tomando a iniciativa	(30) Iniciar processos que criam valor (31) Aceita desafios (32) Agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas
	Planejamento e gerenciamento	(33) Defina metas de longo, médio e curto prazo (34) Definir prioridades e planos de ação (35) Adaptar-se a mudanças imprevistas
	Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco	(36) Tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais (37) No processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha (38) Lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível
	Trabalhando com outras pessoas	(39) Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação (40) Rede (41) Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário
	Aprender pela experiência	(42) Use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado (43) Aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores (44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas)
	Incongruências McClelland (1990)	
Planejamento	Busca de informações	(15) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes
Planejamento	Busca de informações	(16) Usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis
Planejamento	Planejamento e monitoramento Sistemáticos	(19) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos
Poder	Independência e autoconfiança	(22) Busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice H – Instrumento de análise: comparação entre CE X PE (F) (p. 1)

Quadro 104 – Instrumento de análise: comparação entre CE X PE (F) (p. 1)

Modelo ampliado da <i>European Commission/McClelland (EC/Mc)</i>		Processo Empreendedor de Timmons	Processo Empreendedor de Baron e Shane	Processo Empreendedor do Lean Startup	Processo Empreendedor Design Thinking	Processo Empreendedor Testing Business Ideas
Áreas	Competências	Microfases	Fases	Fases	Macro ciclo	Fases
Ideias e oportunidades (Criatividade)	Identificando oportunidades	(Ec-1) Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor explorando o cenário social, cultural e econômico				
		(Ec-2) Identificar necessidades e desafios que precisam ser atendidos				
		(Ec-3) Estabelecer novas conexões e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor				
		(Ec-3a) Busca pessoalmente, informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes (McClelland)				
	Criatividade	(Ec-4) Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para desafios novos e existentes				
		(Ec-5) Explorar e experimentar abordagens inovadoras				
		(Ec-6) Combine conhecimento e recursos para alcançar efeitos valiosos				
	Visão	(Ec-7) Imagine o futuro				
		(Ec-8) Desenvolver uma visão para transformar ideias em ação				
	Valorizando ideias	(Ec-9) Visualize cenários futuros para orientar o esforço e a ação				
		(Ec-10) Julgar o que é valor em termos sociais, culturais e econômicos				
	Pensamento ético e sustentável	(Ec-11) Reconhecer o potencial que uma ideia tem para criar valor e identificar formas adequadas de aproveitá-la ao máximo				
		(Ec-12) Avaliar as consequências das ideias que agregam valor e o efeito da ação empreendedora na comunidade-alvo, o mercado, sociedade e meio ambiente				
		(Ec-13) Refletir sobre o quão sustentáveis são os objetivos sociais, culturais e econômicos de longo prazo e o curso de ação escolhido				
(Ec-14) Agir com responsabilidade						
Recursos (mobilizando recursos)	Autoconhecimento e autoeficácia	(Ec-15) Reflita sobre suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo				
		(Ec-16) Identificar e avaliar seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo				
	Motivação e perseverança	(Ec-17) Acredite em sua capacidade de influenciar o curso dos eventos, apesar da incerteza, contratempos e falhas temporárias				
		(Ec-18) Esteja determinado a transformar ideias em ação e satisfazer sua necessidade de alcançar				
	Mobilizando recursos	(Ec-19) Esteja preparado para ser paciente e continuar tentando alcançar seus objetivos individuais ou de grupo de longo prazo				
		(Ec-20) Seja resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária				
		(Ec-21) Obtenha e gerencie os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação				
	Alfabetização financeira e econômica	(Ec-22) Aproveite ao máximo os recursos limitados				
		(Ec-23) Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo competências técnicas, jurídicas, fiscais e digitais				
	Mobilizando outros	(Ec-24) Estimar o custo de transformar uma ideia em uma atividade de criação de valor				
		(Ec-25) Planejar, implementar e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo				
		(Ec-26) Gerencie o financiamento para garantir que sua atividade de criação de valor possa durar a longo prazo				
		(Ec-27) Inspirar e entusiasmar as partes interessadas relevantes				
Interagindo (trabalhando com os outros)	Tomando a iniciativa	(Ec-28) Obtenha o suporte necessário para alcançar resultados valiosos				
		(Ec-29) Demonstrar comunicação, persuasão, negociação e liderança eficazes				
	Planejamento e gerenciamento	(Ec-30) Iniciar processos que criam valor				
		(Ec-31) Aceita desafios				
		(Ec-32) Agir e trabalhar de forma independente para atingir metas, manter as intenções e realizar as tarefas planejadas e busca autonomia em relação às regras ou controle dos outros (McClelland)				
	Lidar com a incerteza, a ambiguidade e o risco	(Ec-33) Defina metas de longo, médio e curto prazo				
		(Ec-34) Definir prioridades e planos de ação				
	Trabalhando com outras pessoas	(Ec-35) Adaptar-se a mudanças imprevistas				
		(Ec-35a) Desenvolve ou usa procedimentos para monitorar se o trabalho está concluído ou se o trabalho atende aos padrões estabelecidos (McClelland)				
		(Ec-36) Tomar decisões quando o resultado dessa decisão for incerto, quando as informações disponíveis forem parciais ou ambíguas, ou quando há risco de resultados não intencionais				
(Ec-37) No processo de criação de valor, inclua formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde os estágios iniciais até reduzir os riscos de falha						
Aprender pela experiência	(Ec-38) Lidar com situações em movimento rápido de forma rápida e flexível					
	(Ec-39) Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação					
	(Ec-40) Rede [de relacionamento] (network) e usa contatos pessoais e comerciais para obter informações úteis (McClelland)					
	(Ec-41) Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário					
	(Ec-42) Use qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizado					
	(Ec-43) Aprenda com outras pessoas, incluindo colegas e mentores					
	(Ec-44) Reflita e aprenda tanto com o sucesso quanto com o fracasso (seu e de outras pessoas)					

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice H – Instrumento de análise comparativa entre CE X PE (F) (p. 2)

Quadro 105 – Instrumento de análise comparativa entre CE X PE (F) (p. 2)

Processo Empreendedor de Timmons	Processo Empreendedor de Baron e Shane	Processo Empreendedor do Lean Startup	Processo Empreendedor Design Thinking	Processo Empreendedor Testing Business Ideas
Microfases	Fases	Fases	Macroциclo	Fases
(Tm-1.1) Reunindo informações	(Bs-1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia, estilo de vida, mercados, política governamental)	(Ls-1) Determine hipóteses (valor e crescimento)	(Dt-1) Encontre um desafio	(Tb-1.1.1) Design da Equipe
(Tm-1.2) Moldando sua oportunidade	(Bs-1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)	(Ls-2) Construir um MVP	(Dt-2) Elabore um Briefing	(Tb-1.1.2) Comportamento da equipe
(Tm-1.3) Filtrando oportunidades	(Bs-1.3) Análise do Setor	(Ls-3) Avaliar o produto	(Dt-3) Para quem?	(Tb-1.1.3) Ambiente de equipe
(Tm-2.1) Líder empreendedor	(Bs-1.4) Protótipos de oportunidade	(Ls-4) Verificar o progresso real	(Dt-4) (4.1) O quê? (4.2) Por quê? (4.3) Como?	(Tb-1.2.1) Idear
(Tm-2.2) Competências e habilidades	(Bs-2.1) Adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos)	(Ls-5) Contabilidade para inovação" (abordagem quantitativa)	(Dt-5) Formule a pergunta	(Tb-1.2.2) Protótipo de negócios
(Tm-2.3) Formando e construindo equipes	(Bs-2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais	(Ls-6) Pivotar a ideia original ou preservar?	(Dt-6) 1º Microциclo Trabalhe ideias iniciais em um <i>brainstorming</i> .	(Tb-1.2.3) Avaliar
(Tm-2.4) Recompensas e incentivos	(Bs-2.3) Interpretando informações	(Ls-7) O que precisamos aprender?	(Dt-7) 2º Microциclo Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário	(Tb-2.1.1) de desejo ou conveniente
(Tm-3.1) Recursos humanos (internos e externos)	(Bs-3.1) Reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)	(Ls-8) O que precisamos medir?	(Dt-8) 3º Microциclo Busque benchmarks em outros setores e experiências	(Tb-2.1.2) de praticabilidade
(Tm-3.2) Recursos financeiros	(Bs-3.2) Valor de financiamento (balançetes, DRE, fluxo de caixa, equilíbrio e custo de capital)	(Ls-9) Que produto precisamos desenvolver?	(Dt-9) 4º Microциclo Amplie a criatividade e encontre o <i>Dark horse</i> das ideias	(Tb-2.1.3) de viabilidade
(Tm-3.3) Plano de negócios	(Bs-3.3) Plano de negócios		(Dt-10) 5º Microциclo Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar	(Tb-2.2.1) Crie o experimento
	(Bs-3.4) Apresentação do plano de negócios		(Dt-11) 6º Microциclo Determine a visão da ideia com um protótipo da visão	(Tb-2.2.2) Execute o experimento (uso do cartão de Teste);
	(Bs-4.1) Formato jurídico		(Dt-12.1) Protótipo funcional	(Tb-2.3.1) Analise as evidências
	(Bs-4.2) Contrato empresarial		(Dt-12.2) Protótipo finalizado	(Tb-2.3.2) Obtenha insights (Uso do cartão aprendizagem);
	(Bs-4.3) Identificando uma necessidade real		(Dt-12.3) Protótipo final	(Tb-2.4.1) Persistir
	(Bs-4.4) Plano de Marketing		(Dt-12.4) Plano de implementação	(Tb-2.4.2) Pivotar
	(Bs-4.5) Aprendendo a vender			(Tb-2.4.3) Matar;
	(Bs-4.6) Desenvolvendo uma estratégia			(Tb-2.5.1) Planejamento semanal
	(Bs-4.7) Identificando seus concorrentes			(Tb-2.5.2) Reuniões diárias em pé
	(Bs-4.8) Informações dos concorrentes			(Tb-2.5.3) Aprendizagem semanal
	(Bs-4.9) Propriedade Intelectual.			(Tb-2.5.4) Retrospectiva quinzenal
	(Bs-5.1) Construindo competências sociais			(Tb-2.5.5) Reuniões mensais com <i>Stakeholders</i> .
	(Bs-5.2) Recrutando, motivando e retraindo pessoas			(Tb-3.1.1) experimentos de descoberta
	(Bs-6.1) Valor da empresa (<i>Valuation</i>)			(Tb-3.1.2) Experimento de validação
	(Bs-6.2) Estratégias de saída			(Tb-3.1.3) sequência de experimentos
				(Tb-3.2.1) Exploração
				(Tb-3.2.2) Análise de dados
				(Tb-3.2.3) Descoberta de interesse
				(Tb-3.2.4) Protótipo de discussão
				(Tb-3.2.5) Descoberta de preferência & priorização
				(Tb-3.3.1) Protótipo de interação
				(Tb-3.3.2) Chamada para ação
				(Tb-3.3.3) Simulação;
				(Tb-4.1) Evite armadilhas nos experimentos
				(Tb-4.2) Conduzir pela experimentação
				(Tb-4.3) Organize para os experimentos

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice I – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (F)

Quadro 106 – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (F)

Mapeamento estrutural das Competições de Planos de Negócios da fundamentação teórica	Pré-Inscrição	Pré-Formação	Inscrição	1.ª Formação	1.ª Seleção	2.ª Formação	2.ª Seleção	3.ª Formação	3.ª Seleção	4.ª Formação	Seleção final	Premiação	Encaminhamento
Quantidade de frequência													
Percentual de frequência (total 16 CPN)													
CPN da Northeastern University													
CPN na San Jose State University													
CPN na National Cheng-Chi University													
CPN na União Europeia													
CPN na University of Colorado													
CPN na BizComp													
CPN na Challenge Cup													
CPN na Itália													
CPN na The YouWiN! competition													
CPN segundo Michael Colin Cant													
CPN na Suíça													
CPN Nuove Idee Nuove Imprese (NINI)													
CPN Businessplan Wettbewerb (BPW)													
CPN Emporia Entrepreneur Challenge													
CPN nas Universidades do Sudoeste da China													
CPN da University of Tokyo													

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice J – Instrumento de tratamento: categorias do processo das CPN (F)

Quadro 107 – Instrumento de tratamento: categorias do processo das CPN (F)

Dados institucionais das CPN	Estrutura	Características dos participantes
Característica da Inscrição	Seleção	Critérios de Seleção
Formação	Premiação	Recursos

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice K – Instrumento de pesquisa estruturado para coleta dos dados

Instrumento de pesquisa estruturado CPN

O instrumento irá identificar, coletar e selecionar dados de 15 Competições de Planos de Negócios (CPN), com as seguintes características:

1. A CPN deve ser organizada por uma instituição de ensino superior e/ou por alunos da IES com apoio institucional;
2. A CPN deve ser executada no ambiente acadêmico e por conta virtualização e mudanças operacionais provocadas pela pandemia da COVID-19, deve ter sido executada entre os anos de 2021 e 2023;
3. As inscrições para a CPN têm que ter pelo menos um aluno com matrícula ativa na instituição;
4. As propostas de negócios para a CPN devem estar em estágio de ideação [1] (semente), não acolhendo assim propostas em estágio de pré-aceleração [2] e/ou com um MVP [3].

A identificação, coleta e seleção foi realizada a partir dos *rankings*: THE World University e THE Latin America University de 2023[4]; e do IGC/MEC (contínuo) [5]. A seleção ocorreu com as regras a seguir:

1. 05 competições das *Top 50 - THE World University Ranking 2023*.
 2. 05 competições das *Top 42 - IES (BR) - THE Latin America University Ranking 2023*, sendo ao menos uma CPN por cada região brasileira (Norte, Nordeste, Centro-Oeste; Sudeste; Sul);
 3. 05 competições das *Top 41 - IES Rede Federal - IGC [contínuo] Ranking 2021*, sendo ao menos uma CPN por cada região brasileira (Norte, Nordeste, Centro-Oeste; Sudeste; Sul).
- [1] Ideação é o momento de “buscas de respostas e formatação do negócio”. Nessa fase, “os empreendedores projetam soluções inovadoras, [...] as dores que a *startup* vai resolver não são tão claras, [...] não existe a certeza de que o projeto tem potencial de decolar”. (SEBRAE, 2021)
 - [2] Pré-aceleração é a fase de “estruturação da operação. Nessa etapa, a *startup* já tem forma, as ideias saíram do papel e há necessidade de expansão”. (SEBRAE, 2021)
 - [3] O MVP (*Minimum Viable Product*) ou produto mínimo viável “é aquela versão do produto que permite uma volta completa do ciclo construir-medir-aprender, com o mínimo de esforço e o menos tempo de desenvolvimento.” (RIES, 2012, p. 70)
 - [4] *Rankings* produzidos pelo *Times Higher Education – THE*, em parceria com a ELSEVIER, que fornece dados de desempenho em universidades no cenário global desde 2004.
 - [5] *Ranking* produzido pelo Ministério da Educação do Brasil que fornece dados de desempenho em universidades brasileiras desde 2004.
 - [6] Rede Federal é composta por 38 Institutos Federais, 02 Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs), a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), 22 escolas técnicas vinculadas às universidades federais e o Colégio Pedro II. (BRASIL, 2023)

Dados institucionais

Qual o nome da instituição?

Qual o *ranking* utilizado?

- THE World University Ranking 2023*
 THE Latin America University Ranking 2023
 Rede Federal IGC contínuo *Ranking 2021*

Qual a nota do *ranking*?

Qual o país da instituição?

- Brasil
 Estados Unidos da América
 Reino Unido
 Outro: _____

Qual Estado ou região da instituição?

- Não identificado
 Outro: _____

Qual a cidade sede da instituição?

- Não identificado
 Outro: _____

Qual o site institucional (link)?

A instituição tem um Centro de Empreendedorismo (CEMP) ou similar?

“Centro de Empreendedorismo pode ser definido como uma unidade existente dentro da IES que tem a missão de promover as iniciativas de natureza empreendedoras de sua comunidade.”
 (HASHIMOTO, 2013)

Qual o link do CEMP ou similar?

Quais ações ou programas de Empreendedorismo foram identificadas no site institucional?

Quais OUTRAS ações ou programas de Empreendedorismo foram identificadas no site Google?

Foi identificado uma CPN com os critérios listados?

Critérios: a. organizado pela instituição e/ou por alunos com apoio institucional; b. Executado em ambiente acadêmico entre os anos de 2019 e 2023; c. A inscrição tem que ter pelo menos um aluno matriculado na instituição; d. Acolhe inscrições com propostas que estejam em estágio de ideação; e. Não acolher propostas em estágio de pré-aceleração e/ou com um MVP.

	Sim	Não, atende parcialmente os critérios	Não identificado
<i>THE World University Ranking 2023</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>THE Latin America University Ranking 2023</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rede Federal IGC contínuo <i>Ranking 2021</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quais OUTRAS CPN identificadas, no entanto não escolhidas para a pesquisa:

Qual o nome da competição de planos de negócios escolhida na pesquisa?

Anexar o print do Site da competição de planos de negócios

[↑ Adicionar arquivo](#)

Continuar a pesquisa?

- Sim
 Não tem CPN identificada ou atende parcialmente os critérios

Das características gerais das CPN

Qual setor ou departamento a competição de planos de negócios está vinculada?

A competição de planos de negócios tem edital ou algum documento similar?

- Site da competição de planos de negócios
- Edital
- Outro: _____

Link do edital ou documento similar da competição de planos de negócios

Anexar edital ou documento similar da competição de planos de negócios.

[↑ Adicionar arquivo](#)

Qual o alcance da competição de planos de negócios em relação a quantidade de Campi?

- Um campus
- Todos os campi
- Outro: _____

Qual o campus escolhido para a pesquisa?

Qual o ano da última edição (aplicada) da competição de planos de negócios?

- 2023
- 2022
- 2021

Qual o nome do Coordenador Geral (última edição)?

Qual o e-mail do Coordenador/Coordenação Geral?

A CPN ocorre em um único evento ou em vários eventos?

- Único evento (N fases)
- Vários eventos (sequencias)

A CPN ocorre na modalidade remota, presencial ou mista?

- Remota
- Presencial
- Mista (remota + presencial)
- Não identificado

Qual o nº de etapas da competição de planos de negócios?

- cinco
- seis
- sete
- Outro: _____

Qual a PRÓXIMA FASE da competição de planos de negócios?

- PRÉ-INSCRIÇÃO
- 1.ª INSCRIÇÃO

PRÉ-INSCRIÇÃO

PRÉ-INSCRIÇÃO: Qual o nome da fase?

PRÉ-INSCRIÇÃO: por equipe ou individual?

- Equipe
- Individual
- Não identificado

PRÉ-INSCRIÇÃO: Quantidade mínima de membros?

- Um
- dois
- três
- Não identificado
- Outro: _____

PRÉ-INSCRIÇÃO: quantidade máxima de membros?

- cinco
- Não identificado
- Outro: _____

PRÉ-INSCRIÇÃO: quem pode participar?

- alunos matriculados na instituição
- alunos egressos (liderados por alunos matriculados)
- alunos externos (liderados por alunos matriculados)
- docente ou técnico (com pelo menos um aluno matriculado)
- Outro: _____

PRÉ-INSCRIÇÃO: Solicitam qual tipo de documentos?

- Ideia de negócio
- Slides (apresentação)
- Vídeo Pitch
- Canvas (BMC)
- Plano de negócio
- Não identificado
- Outro: _____

PRÉ-INSCRIÇÃO: obrigatório ter um orientador?

- Sim
- Não identificado
- Outro: _____

PRÉ-INSCRIÇÃO: orientador pode ser interno ou externo da instituição?

- Interno
- Externo
- Não identificado
- Outro: _____

PRÉ-FORMAÇÃO

PRÉ-FORMAÇÃO: Qual o nome da fase?

PRÉ-FORMAÇÃO: Quantos cursos de formação?

- um
 dois
 Não identificado
 Outro: _____

PRÉ-FORMAÇÃO: Cite o nome dos cursos.

PRÉ-FORMAÇÃO: Existem ementas e/ou conteúdos detalhados?

- Sim
 Não identificado
 Outro: _____

PRÉ-FORMAÇÃO: Enviar as EMENTAS e/ou conteúdos detalhados

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

- Ideia de negócio
 Slides (apresentação)
 Vídeo Pitch
 Canvas (BMC)
 Plano de negócio
 Não identificado
 Outro: _____

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Baron e Shane) foram identificados?

- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia), estilo de vida, mercados, política governamental)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.3) Análise do Setor
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.4) Protótipos de oportunidade
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.1) Adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos)
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.3) Interpretando informações
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.1) Reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.2) Valor de financiamento (balançetes, DRE, fluxo de Caixa, equilíbrio e custo de Capital)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.3) Plano de negócios
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.4) Apresentação do plano de negócios
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.1) Formato jurídico
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.2) Contrato empresarial
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Identificando uma necessidade real
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Plano de Marketing
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.5) Aprendendo a vender

- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.6) Desenvolvendo uma estratégia
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.7) Identificando seus concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.8) Informações dos concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.9) Propriedade Intelectual.
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.1) Construindo competências sociais
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.1) Valor da empresa (*Valuation*)
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.2) Estratégias de saída
- Não identificado

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Timmons) foram identificados?

- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.1) Reunindo informações
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.2) Moldando sua oportunidade
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.3) Filtrando oportunidades
- (Timmons) Equipe (2.1) Líder empreendedor
- (Timmons) Equipe (2.2) Competências e habilidades
- (Timmons) Equipe (2.3) Formando e construindo equipes
- (Timmons) Equipe (2.4) Recompensas e incentivos
- (Timmons) Recursos (3.1) Recursos humanos (internos e externos)
- (Timmons) Recursos (3.2) Recursos financeiros
- Não identificado

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

- (*Design Thinking*) Declaração de problema (1) Encontre um desafio
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (2) *Briefing*
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (3) Para quem?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (4) O quê? Por quê? Como?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (5) Formule a pergunta
- (*Design Thinking*) (6) Trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*.
- (*Design Thinking*) (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário
- (*Design Thinking*) (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências
- (*Design Thinking*) (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias
- (*Design Thinking*) (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar
- (*Design Thinking*) (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.1) Protótipo funcional
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.2) Protótipo finalizado
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.3) Protótipo final
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.4) Plano de implementação;
- Não identificado

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Lean Startup*) foram identificados?

- (*Lean Startup*) Ideias (1) Determine hipóteses (valor e crescimento)
- (*Lean Startup*) Construir (2) Construir um MVP
- (*Lean Startup*) Produto (3) Avaliar o produto
- (*Lean Startup*) Medir (4) Verificar o progresso real
- (*Lean Startup*) Dados (5) Contabilidade para inovação" (abordagem quantitativa)
- (*Lean Startup*) Aprender (6) Pivotar a ideia original ou preservar?
- (*Lean Startup*) Aprender (7) O que precisamos aprender?
- (*Lean Startup*) Aprender (8) O que precisamos medir?
- (*Lean Startup*) Aprender (9) Que produto precisamos desenvolver?

Não identificado

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Testing Business Ideas*) foram identificados?

- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.1) *Design* da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.2) Comportamento da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.3) Ambiente de equipe
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.1) Idear
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.2) Protótipo de negócios
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.3) Avaliar
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.1) de desejo ou conveniente
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.2) de praticabilidade
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.3) de viabilidade
- (BMC) Experimentar (2.2.1) Crie o experimento
- (BMC) Experimentar (2.2.2) Execute o experimento (uso do Cartão de teste);
- (BMC) Aprender (2.3.1) Analise as evidências
- (BMC) Aprender (2.3.2) Obtenha insights (Uso do Cartão aprendizagem);
- (BMC) Decidir (2.4.1) Persistir
- (BMC) Decidir (2.4.2) Pivotar
- (BMC) Decidir (2.4.3) Matar;
- (BMC) Gerenciar (2.5.1) Planejamento semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.2) Reuniões diárias em pé
- (BMC) Gerenciar (2.5.3) Aprendizagem semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.4) Retrospectiva quinzenal
- (BMC) Gerenciar (2.5.5) Reuniões mensais com *Stakeholders*.
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.1) experimentos de descoberta
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.2) Experimento de validação
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.3) sequência de experimentos
- (BMC) Descoberta (3.2.1) Exploração
- (BMC) Descoberta (3.2.2) Análise de dados
- (BMC) Descoberta (3.2.3) Descoberta de interesse
- (BMC) Descoberta (3.2.4) Protótipo de discussão
- (BMC) Descoberta (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização
- (BMC) Validação (3.3.1) Protótipo de interação
- (BMC) Validação (3.3.2) Chamada para ação
- (BMC) Validação (3.3.3) Simulação;
- (BMC) *Mindset* (4.1) Evite armadilhas nos experimentos
- (BMC) *Mindset* (4.2) Conduzir pela experimentação
- (BMC) *Mindset* (4.3) Organize para os experimentos
- Não identificado

PRÉ-FORMAÇÃO: Quais OUTROS microprocessos empreendedores foram identificados?

- Orientação e/ou mentoria (ofertada pela CPN)
- Não identificado
- Outro: _____

Qual a próxima FASE após a PRÉ-FORMAÇÃO?

- 1.^a INSCRIÇÃO
- 1.^a SELEÇÃO

1.ª INSCRIÇÃO

1.ª INSCRIÇÃO: Qual o nome da fase?

1.ª INSCRIÇÃO: por equipe ou individual?

- Equipe
- Individual
- Não identificado

1.ª INSCRIÇÃO: Quantidade mínima de membros?

- um
- dois
- três
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª INSCRIÇÃO: quantidade máxima de membros?

- cinco
- seis
- sete
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª INSCRIÇÃO: quem pode participar?

- alunos matriculados na instituição
- alunos egressos (liderados por alunos matriculados)
- alunos externos (liderados por alunos matriculados)
- docente ou técnico (com pelo menos um aluno matriculado)
- Outro: _____

1.ª INSCRIÇÃO: Solicitam qual tipo de proposta?

- Ideia de negócio
- Slides (apresentação)
- Vídeo Pitch
- Canvas (BMC)
- Plano de negócio
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª INSCRIÇÃO: obrigatório ter um orientador?

- Sim
- Não
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª INSCRIÇÃO: orientador pode ser interno ou externo da instituição?

- Interno
- Externo
- Não é obrigatório
- Não identificado
- Outro: _____

Qual a próxima FASE após a 1.ª INSCRIÇÃO?

- 1.ª FORMAÇÃO
- 1.ª SELEÇÃO

1.ª FORMAÇÃO

1.ª FORMAÇÃO: Qual o nome da fase?

1.ª FORMAÇÃO: Quantos cursos de formação?

- um
- dois
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª FORMAÇÃO: Cite o nome dos cursos.

1.ª FORMAÇÃO: Existem ementas e/ou conteúdos detalhados?

- Sim
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª FORMAÇÃO: Enviar as EMENTAS e/ou conteúdos detalhados

[↑ Adicionar arquivo](#)

1.ª FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

- Ideia de negócio
- Slides (apresentação)
- Vídeo *Pitch*
- Canvas (BMC)
- Plano de negócio
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Baron e Shane) foram identificados?

- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia), estilo de vida, mercados, política Governamental)
- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)
- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.3) Análise do Setor
- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.4) Protótipos de oportunidade
- (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.1) Adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos)
- (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais
- (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.3) Interpretando informações
- (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.1) Reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)
- (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.2) Valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de Caixa, equilíbrio e custo de Capital)
- (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.3) Plano de negócios
- (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.4) Apresentação do plano de negócios
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.1) Formato jurídico
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.2) Contrato empresarial
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Identificando uma necessidade real

- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Plano de Marketing
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.5) Aprendendo a vender
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.6) Desenvolvendo uma estratégia
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.7) Identificando seus concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.8) Informações dos concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.9) Propriedade Intelectual.
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.1) Construindo competências sociais
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.1) Valor da empresa (*Valuation*)
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.2) Estratégias de saída
- Não identificado

1.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Timmons) foram identificados?

- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.1) Reunindo informações
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.2) Moldando sua oportunidade
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.3) Filtrando oportunidades
- (Timmons) Equipe (2.1) Líder empreendedor
- (Timmons) Equipe (2.2) Competências e habilidades
- (Timmons) Equipe (2.3) Formando e construindo equipes
- (Timmons) Equipe (2.4) Recompensas e incentivos
- (Timmons) Recursos (3.1) Recursos humanos (internos e externos)
- (Timmons) Recursos (3.2) Recursos financeiros
- Não identificado

1.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

- (*Design Thinking*) Declaração de problema (1) Encontre um desafio
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (2) *Briefing*
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (3) Para quem?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (4) O quê? Por quê? Como?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (5) Formule a pergunta
- (*Design Thinking*) (6) Trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*.
- (*Design Thinking*) (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário
- (*Design Thinking*) (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências
- (*Design Thinking*) (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias
- (*Design Thinking*) (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar
- (*Design Thinking*) (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.1) Protótipo funcional
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.2) Protótipo finalizado
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.3) Protótipo final
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.4) Plano de implementação;
- Não identificado

1.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Lean Startup*) foram identificados?

- (*Lean Startup*) Ideias (1) Determine hipóteses (valor e crescimento)
- (*Lean Startup*) Construir (2) Construir um MVP
- (*Lean Startup*) Produto (3) Avaliar o produto
- (*Lean Startup*) Medir (4) Verificar o progresso real
- (*Lean Startup*) Dados (5) Contabilidade para inovação” (abordagem quantitativa)
- (*Lean Startup*) Aprender (6) Pivotar a ideia original ou preservar?
- (*Lean Startup*) Aprender (7) O que precisamos aprender?

- (*Lean Startup*) Aprender (8) O que precisamos medir?
- (*Lean Startup*) Aprender (9) Que produto precisamos desenvolver?
- Não identificado

1.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Testing Business Ideas*) foram identificados?

- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.1) *Design* da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.2) Comportamento da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.3) Ambiente de equipe
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.1) Idear
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.2) Protótipo de negócios
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.3) Avaliar
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.1) de desejo ou conveniente
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.2) de praticabilidade
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.3) de viabilidade
- (BMC) Experimentar (2.2.1) Crie o experimento
- (BMC) Experimentar (2.2.2) Execute o experimento (uso do Cartão de teste);
- (BMC) Aprender (2.3.1) Analise as evidências
- (BMC) Aprender (2.3.2) Obtenha insights (Uso do Cartão aprendizagem);
- (BMC) Decidir (2.4.1) Persistir
- (BMC) Decidir (2.4.2) Pivotar
- (BMC) Decidir (2.4.3) Matar;
- (BMC) Gerenciar (2.5.1) Planejamento semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.2) Reuniões diárias em pé
- (BMC) Gerenciar (2.5.3) Aprendizagem semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.4) Retrospectiva quinzenal
- (BMC) Gerenciar (2.5.5) Reuniões mensais com *Stakeholders*.
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.1) experimentos de descoberta
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.2) Experimento de validação
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.3) sequência de experimentos
- (BMC) Descoberta (3.2.1) Exploração
- (BMC) Descoberta (3.2.2) Análise de dados
- (BMC) Descoberta (3.2.3) Descoberta de interesse
- (BMC) Descoberta (3.2.4) Protótipo de discussão
- (BMC) Descoberta (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização
- (BMC) Validação (3.3.1) Protótipo de interação
- (BMC) Validação (3.3.2) Chamada para ação
- (BMC) Validação (3.3.3) Simulação;
- (BMC) *Mindset* (4.1) Evite armadilhas nos experimentos
- (BMC) *Mindset* (4.2) Conduzir pela experimentação
- (BMC) *Mindset* (4.3) Organize para os experimentos
- Não identificado

1.^a FORMAÇÃO: Quais OUTROS microprocessos empreendedores foram identificados?

- Orientação e/ou mentoria (ofertada pela CPN)
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª SELEÇÃO

1.ª SELEÇÃO: Qual o nome da fase?

1.ª SELEÇÃO: ocorre de forma pública ou restrita?

- Pública/aberta
- Restrita/fechada
- Mista
- Não identificado

1.ª SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

- Ideia de negócio
- Slides (apresentação)
- Pitch (apresentação)
- Vídeo Pitch
- Canvas (BMC) e/ou proposta de valor (BMC)
- Plano de negócio
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª SELEÇÃO: Qual o perfil dos jurados?

- Internos
- Externos
- Mistos
- Não identificado
- Outro: _____

1.ª SELEÇÃO: apresentação é realizada na modalidade?

- Remota
- Presencial
- Mista (remota e presencial)
- Não identificada

1.ª SELEÇÃO: Quais os critérios de avaliação?

- Originalidade da ideia de negócio
- Definição do cliente;
- Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)
- Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)
- Análise ambiental (concorrência)
- Avaliação/mitigação de riscos
- Vantagem competitiva sustentável
- Potencial de monetização/comercialização
- Estratégia de Marketing
- Potencial de crescimento do negócio
- Potencial e a escalabilidade do negócio
- Sustentabilidade financeira
- Sustentabilidade Social
- Sustentabilidade ambiental
- Potencial de inovação (gerar mercado)
- Atratividade de investimento;
- Potencial de IPO (oferta pública inicial).
- Equipe (capacidade de administrar e implementar)
- Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)
- Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário)
- Percepção do avaliador (subjetivo)
- Não identificado
- Outro: _____

Qual a próxima FASE após a 1.ª SELEÇÃO?

- 2.ª FORMAÇÃO
- 2.ª SELEÇÃO
- PREMIAÇÃO

2.ª FORMAÇÃO

2.ª FORMAÇÃO: Qual o nome da fase?

2.ª FORMAÇÃO: Quantos cursos de formação?

- um
 dois
 Não identificado
 Outro: _____

2.ª FORMAÇÃO: Cite o nome dos cursos.

2.ª FORMAÇÃO: Existem ementas e/ou conteúdos detalhados?

- Sim
 Não identificado
 Outro: _____

2.ª FORMAÇÃO: Enviar as EMENTAS e/ou conteúdos detalhados

[↑ Adicionar arquivo](#)

2.ª FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

- Ideia de negócio
 Slides (apresentação)
 Vídeo Pitch
 Canvas (BMC)
 Plano de negócio
 Não identificado
 Outro: _____

2.ª FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Baron e Shane) foram identificados?

- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia), estilo de vida, mercados, política governamental)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.3) Análise do Setor
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.4) Protótipos de oportunidade
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.1) Adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos)
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.3) Interpretando informações
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.1) Reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.2) Valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de Caixa, equilíbrio e custo de Capital)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.3) Plano de negócios
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.4) Apresentação do plano de negócios
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.1) Formato jurídico
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.2) Contrato empresarial
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Identificando uma necessidade real

- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Plano de Marketing
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.5) Aprendendo a vender
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.6) Desenvolvendo uma estratégia
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.7) Identificando seus concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.8) Informações dos concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.9) Propriedade Intelectual.
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.1) Construindo competências sociais
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.1) Valor da empresa (*Valuation*)
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.2) Estratégias de saída
- Não identificado

2.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Timmons) foram identificados?

- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.1) Reunindo informações
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.2) Moldando sua oportunidade
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.3) Filtrando oportunidades
- (Timmons) Equipe (2.1) Líder empreendedor
- (Timmons) Equipe (2.2) Competências e habilidades
- (Timmons) Equipe (2.3) Formando e construindo equipes
- (Timmons) Equipe (2.4) Recompensas e incentivos
- (Timmons) Recursos (3.1) Recursos humanos (internos e externos)
- (Timmons) Recursos (3.2) Recursos financeiros
- Não identificado

2.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

- (*Design Thinking*) Declaração de problema (1) Encontre um desafio
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (2) *Briefing*
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (3) Para quem?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (4) O quê? Por quê? Como?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (5) Formule a pergunta
- (*Design Thinking*) (6) Trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*.
- (*Design Thinking*) (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário
- (*Design Thinking*) (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências
- (*Design Thinking*) (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias
- (*Design Thinking*) (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar
- (*Design Thinking*) (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.1) Protótipo funcional
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.2) Protótipo finalizado
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.3) Protótipo final
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.4) Plano de implementação;
- Não identificado

2.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Lean Startup*) foram identificados?

- (*Lean Startup*) Ideias (1) Determine hipóteses (valor e crescimento)
- (*Lean Startup*) Construir (2) Construir um MVP
- (*Lean Startup*) Produto (3) Avaliar o produto
- (*Lean Startup*) Medir (4) Verificar o progresso real
- (*Lean Startup*) Dados (5) Contabilidade para inovação” (abordagem quantitativa)
- (*Lean Startup*) Aprender (6) Pivotar a ideia original ou preservar?
- (*Lean Startup*) Aprender (7) O que precisamos aprender?

- (Lean Startup) Aprender (8) O que precisamos medir?
- (Lean Startup) Aprender (9) Que produto precisamos desenvolver?
- Não identificado

2.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Testing Business Ideas*) foram identificados?

- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.1) *Design* da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.2) Comportamento da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.3) Ambiente de equipe
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.1) *Idear*
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.2) Protótipo de negócios
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.3) Avaliar
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.1) de desejo ou conveniente
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.2) de praticabilidade
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.3) de viabilidade
- (BMC) Experimentar (2.2.1) Crie o experimento
- (BMC) Experimentar (2.2.2) Execute o experimento (uso do Cartão de teste);
- (BMC) Aprender (2.3.1) Analise as evidências
- (BMC) Aprender (2.3.2) Obtenha insights (Uso do Cartão aprendizagem);
- (BMC) Decidir (2.4.1) Persistir
- (BMC) Decidir (2.4.2) Pivotar
- (BMC) Decidir (2.4.3) Matar;
- (BMC) Gerenciar (2.5.1) Planejamento semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.2) Reuniões diárias em pé
- (BMC) Gerenciar (2.5.3) Aprendizagem semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.4) Retrospectiva quinzenal
- (BMC) Gerenciar (2.5.5) Reuniões mensais com *Stakeholders*.
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.1) experimentos de descoberta
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.2) Experimento de validação
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.3) sequência de experimentos
- (BMC) Descoberta (3.2.1) Exploração
- (BMC) Descoberta (3.2.2) Análise de dados
- (BMC) Descoberta (3.2.3) Descoberta de interesse
- (BMC) Descoberta (3.2.4) Protótipo de discussão
- (BMC) Descoberta (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização
- (BMC) Validação (3.3.1) Protótipo de interação
- (BMC) Validação (3.3.2) Chamada para ação
- (BMC) Validação (3.3.3) Simulação;
- (BMC) *Mindset* (4.1) Evite armadilhas nos experimentos
- (BMC) *Mindset* (4.2) Conduzir pela experimentação
- (BMC) *Mindset* (4.3) Organize para os experimentos
- Não identificado

2.^a FORMAÇÃO: Quais OUTROS microprocessos empreendedores foram identificados?

- Orientação e/ou mentoria (ofertada pela CPN)
- Não identificado
- Outro: _____

2.ª SELEÇÃO

2.ª SELEÇÃO: Qual o nome da fase?

2.ª SELEÇÃO: ocorre de forma pública ou restrita?

- Pública/aberta
- Restrita/fechada
- Mista
- Não identificado

2.ª SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

- Ideia de negócio
- Slides (apresentação)
- Pitch (apresentação)
- Vídeo Pitch
- Canvas (BMC) e/ou proposta de valor (BMC)
- Lean Canvas
- Viabilidade econômica
- Plano de MKT
- Plano de negócio
- Não identificado
- Outro: _____

2.ª SELEÇÃO: Qual o perfil dos jurados?

- Internos
- Externos
- Mistos
- Não identificado
- Outro: _____

2.ª SELEÇÃO: apresentação é realizada na modalidade?

- Remota
- Presencial
- Mista (remota e presencial)
- Não identificada

2.ª SELEÇÃO: Quais os critérios de avaliação?

- Originalidade da ideia de negócio
- Definição do cliente;
- Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)
- Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)
- Análise ambiental (concorrência)
- Avaliação/mitigação de riscos
- Vantagem competitiva sustentável
- Potencial de monetização/comercialização
- Estratégia de Marketing
- Potencial de crescimento do negócio
- Potencial e a escalabilidade do negócio
- Sustentabilidade financeira
- Sustentabilidade Social
- Sustentabilidade ambiental
- Potencial de inovação (gerar mercado)
- Atratividade de investimento;
- Potencial de IPO (oferta pública inicial).
- Equipe (capacidade de administrar e implementar)
- Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)
- Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário)
- Percepção do avaliador (subjetivo)
- Não identificado
- Outro: _____

Qual a próxima FASE após a 2.ª SELEÇÃO?

- 3.ª FORMAÇÃO
- 3.ª SELEÇÃO
- PREMIAÇÃO

3.ª FORMAÇÃO

3.ª FORMAÇÃO: Qual o nome da fase?

3.ª FORMAÇÃO: Quantos cursos de formação?

- um
 dois
 Não identificado
 Outro: _____

3.ª FORMAÇÃO: Cite o nome dos cursos.

3.ª FORMAÇÃO: Existem ementas e/ou conteúdos detalhados?

- Sim
 Não identificado
 Outro: _____

3.ª FORMAÇÃO: Enviar as EMENTAS e/ou conteúdos detalhados

[↑ Adicionar arquivo](#)

3.ª FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

- Ideia de negócio
 Slides (apresentação)
 Vídeo Pitch
 Canvas (BMC)
 Plano de negócio
 Não identificado
 Outro: _____

3.ª FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Baron e Shane) foram identificados?

- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia), estilo de vida, mercados, política governamental)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.3) Análise do Setor
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.4) Protótipos de oportunidade
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.1) Adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos)
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.3) Interpretando informações
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.1) Reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.2) Valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de Caixa, equilíbrio e custo de Capital)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.3) Plano de negócios
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.4) Apresentação do plano de negócios
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.1) Formato jurídico
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.2) Contrato empresarial

- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Identificando uma necessidade real
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Plano de Marketing
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.5) Aprendendo a vender
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.6) Desenvolvendo uma estratégia
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.7) Identificando seus concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.8) Informações dos concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.9) Propriedade Intelectual.
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.1) Construindo competências sociais
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.1) Valor da empresa (*Valuation*)
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.2) Estratégias de saída
- Não identificado

3.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Timmons) foram identificados?

- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.1) Reunindo informações
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.2) Moldando sua oportunidade
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.3) Filtrando oportunidades
- (Timmons) Equipe (2.1) Líder empreendedor
- (Timmons) Equipe (2.2) Competências e habilidades
- (Timmons) Equipe (2.3) Formando e construindo equipes
- (Timmons) Equipe (2.4) Recompensas e incentivos
- (Timmons) Recursos (3.1) Recursos humanos (internos e externos)
- (Timmons) Recursos (3.2) Recursos financeiros
- Não identificado

3.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

- (*Design Thinking*) Declaração de problema (1) Encontre um desafio
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (2) *Briefing*
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (3) Para quem?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (4) O quê? Por quê? Como?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (5) Formule a pergunta
- (*Design Thinking*) (6) Trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*.
- (*Design Thinking*) (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário
- (*Design Thinking*) (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências
- (*Design Thinking*) (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias
- (*Design Thinking*) (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar
- (*Design Thinking*) (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.1) Protótipo funcional
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.2) Protótipo finalizado
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.3) Protótipo final
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.4) Plano de implementação;
- Não identificado

3.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Lean Startup*) foram identificados?

- (*Lean Startup*) Ideias (1) Determine hipóteses (valor e crescimento)
- (*Lean Startup*) Construir (2) Construir um MVP
- (*Lean Startup*) Produto (3) Avaliar o produto
- (*Lean Startup*) Medir (4) Verificar o progresso real
- (*Lean Startup*) Dados (5) Contabilidade para inovação" (abordagem quantitativa)
- (*Lean Startup*) Aprender (6) Pivotar a ideia original ou preservar?

- (Lean Startup) Aprender (7) O que precisamos aprender?
- (Lean Startup) Aprender (8) O que precisamos medir?
- (Lean Startup) Aprender (9) Que produto precisamos desenvolver?
- Não identificado

3.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Testing Business Ideas*) foram identificados?

- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.1) *Design* da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.2) Comportamento da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.3) Ambiente de equipe
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.1) Idear
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.2) Protótipo de negócios
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.3) Avaliar
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.1) de desejo ou conveniente
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.2) de praticabilidade
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.3) de viabilidade
- (BMC) Experimentar (2.2.1) Crie o experimento
- (BMC) Experimentar (2.2.2) Execute o experimento (uso do Cartão de teste);
- (BMC) Aprender (2.3.1) Analise as evidências
- (BMC) Aprender (2.3.2) Obtenha insights (Uso do Cartão aprendizagem);
- (BMC) Decidir (2.4.1) Persistir
- (BMC) Decidir (2.4.2) Pivotar
- (BMC) Decidir (2.4.3) Matar;
- (BMC) Gerenciar (2.5.1) Planejamento semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.2) Reuniões diárias em pé
- (BMC) Gerenciar (2.5.3) Aprendizagem semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.4) Retrospectiva quinzenal
- (BMC) Gerenciar (2.5.5) Reuniões mensais com *Stakeholders*.
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.1) experimentos de descoberta
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.2) Experimento de validação
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.3) sequência de experimentos
- (BMC) Descoberta (3.2.1) Exploração
- (BMC) Descoberta (3.2.2) Análise de dados
- (BMC) Descoberta (3.2.3) Descoberta de interesse
- (BMC) Descoberta (3.2.4) Protótipo de discussão
- (BMC) Descoberta (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização
- (BMC) Validação (3.3.1) Protótipo de interação
- (BMC) Validação (3.3.2) Chamada para ação
- (BMC) Validação (3.3.3) Simulação;
- (BMC) *Mindset* (4.1) Evite armadilhas nos experimentos
- (BMC) *Mindset* (4.2) Conduzir pela experimentação
- (BMC) *Mindset* (4.3) Organize para os experimentos
- Não identificado

3.^a FORMAÇÃO: Quais OUTROS microprocessos empreendedores foram identificados?

- Orientação e/ou mentoria (ofertada pela CPN)
- Não identificado
- Outro: _____

3.ª SELEÇÃO

3.ª SELEÇÃO: Qual o nome da fase?

3.ª SELEÇÃO: ocorre de forma pública ou restrita?

- Pública/aberta
- Restrita/fechada
- Mista
- Não identificado

3.ª SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

- Ideia de negócio
- Slides (apresentação)
- Pitch (apresentação)
- Vídeo Pitch
- Canvas (BMC) e/ou proposta de valor (BMC)
- Plano de negócio
- Não identificado
- Outro: _____

3.ª SELEÇÃO: Qual o perfil dos jurados?

- Internos
- Externos
- Mistos
- Não identificado
- Outro: _____

3.ª SELEÇÃO: apresentação é realizada na modalidade?

- Remota
- Presencial
- Mista (remota e presencial)
- Não identificada

3.ª SELEÇÃO: Quais os critérios de avaliação?

- Originalidade da ideia de negócio
- Definição do cliente;
- Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)
- Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)
- Análise ambiental (concorrência)
- Avaliação/mitigação de riscos
- Vantagem competitiva sustentável
- Potencial de monetização/comercialização
- Estratégia de Marketing
- Potencial de crescimento do negócio
- Potencial e a escalabilidade do negócio
- Sustentabilidade financeira
- Sustentabilidade Social
- Sustentabilidade ambiental
- Potencial de inovação (gerar mercado)
- Atratividade de investimento;
- Potencial de IPO (oferta pública inicial).
- Equipe (capacidade de administrar e implementar)
- Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)
- Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário)
- Percepção do avaliador (subjetivo)
- Não identificado
- Outro: _____

Qual a próxima FASE após a 3.ª SELEÇÃO?

- 4.ª FORMAÇÃO
- 4.ª SELEÇÃO
- PREMIAÇÃO

4.ª FORMAÇÃO

4.ª FORMAÇÃO: Qual o nome da fase?

4.ª FORMAÇÃO: Quantos cursos de formação?

- um
 dois
 Não identificado
 Outro: _____

4.ª FORMAÇÃO: Cite o nome dos cursos.

4.ª FORMAÇÃO: Existem ementas e/ou conteúdos detalhados?

- Sim
 Não identificado
 Outro: _____

4.ª FORMAÇÃO: Enviar as EMENTAS e/ou conteúdos detalhados

[↑ Adicionar arquivo](#)

4.ª FORMAÇÃO: Quais tarefas devem ser ENTREGUES?

- Ideia de negócio
 Slides (apresentação)
 Vídeo Pitch
 Canvas (BMC)
 Plano de negócio
 Não identificado
 Outro: _____

4.ª FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Baron e Shane) foram identificados?

- (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.1) Mapear mudanças (tecnologia, demografia), estilo de vida, mercados, política governamental)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.2) Identificar os efeitos das mudanças (novos produtos/serviços/mercados/processos)
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.3) Análise do Setor
 (Baron e Shane) reconhecimento de uma oportunidade (1.4) Protótipos de oportunidade
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.1) Adquirindo informações de mercado (pesquisas, mapeamento e discursões em grupos)
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.2) Identificando regulamentos e políticas governamentais
 (Baron e Shane) decidir ir em frente (2.3) Interpretando informações
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.1) Reunindo a equipe (autoavaliação, cofundadores, laços e colaboradores externos)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.2) Valor de financiamento (balancetes, DRE, fluxo de Caixa, equilíbrio e custo de Capital)
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.3) Plano de negócios
 (Baron e Shane) reunir os recursos iniciais (3.4) Apresentação do plano de negócios
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.1) Formato jurídico
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.2) Contrato empresarial
 (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Identificando uma necessidade real

- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.3) Plano de Marketing
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.5) Aprendendo a vender
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.6) Desenvolvendo uma estratégia
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.7) Identificando seus concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.8) Informações dos concorrentes
- (Baron e Shane) lançar um novo empreendimento (4.9) Propriedade Intelectual.
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.1) Construindo competências sociais
- (Baron e Shane) construir o sucesso (5.2) Recrutando, motivando e retendo pessoas
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.1) Valor da empresa (*Valuation*)
- (Baron e Shane) colher as recompensas (6.2) Estratégias de saída
- Não identificado

4.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (Timmons) foram identificados?

- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.1) Reunindo informações
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.2) Moldando sua oportunidade
- (Timmons) Encontrar oportunidades (1.3) Filtrando oportunidades
- (Timmons) Equipe (2.1) Líder empreendedor
- (Timmons) Equipe (2.2) Competências e habilidades
- (Timmons) Equipe (2.3) Formando e construindo equipes
- (Timmons) Equipe (2.4) Recompensas e incentivos
- (Timmons) Recursos (3.1) Recursos humanos (internos e externos)
- (Timmons) Recursos (3.2) Recursos financeiros
- Não identificado

4.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Design Thinking*) foram identificados?

- (*Design Thinking*) Declaração de problema (1) Encontre um desafio
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (2) *Briefing*
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (3) Para quem?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (4) O quê? Por quê? Como?
- (*Design Thinking*) Declaração de problema (5) Formule a pergunta
- (*Design Thinking*) (6) Trabalhe ideias iniciais em um *brainstorming*.
- (*Design Thinking*) (7) Desenvolva funções críticas, essenciais para o usuário
- (*Design Thinking*) (8) Busque benchmarks em outros setores e experiências
- (*Design Thinking*) (9) Amplie a criatividade e encontre o *Dark horse* das ideias
- (*Design Thinking*) (10) Implemente um protótipo improvável para a criatividade voar
- (*Design Thinking*) (11) Determine a visão da ideia com um protótipo da visão
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.1) Protótipo funcional
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.2) Protótipo finalizado
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.3) Protótipo final
- (*Design Thinking*) (12) Concretize passo a passo a visão (12.4) Plano de implementação;
- Não identificado

4.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Lean Startup*) foram identificados?

- (*Lean Startup*) Ideias (1) Determine hipóteses (valor e crescimento)
- (*Lean Startup*) Construir (2) Construir um MVP
- (*Lean Startup*) Produto (3) Avaliar o produto
- (*Lean Startup*) Medir (4) Verificar o progresso real
- (*Lean Startup*) Dados (5) Contabilidade para inovação” (abordagem quantitativa)
- (*Lean Startup*) Aprender (6) Pivotar a ideia original ou preservar?
- (*Lean Startup*) Aprender (7) O que precisamos aprender?

- (*Lean Startup*) Aprender (8) O que precisamos medir?
- (*Lean Startup*) Aprender (9) Que produto precisamos desenvolver?
- Não identificado

4.^a FORMAÇÃO: Quais os microprocessos (*Testing Business Ideas*) foram identificados?

- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.1) *Design* da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.2) Comportamento da equipe
- (BMC) Crie o *design* da equipe (1.1.3) Ambiente de equipe
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.1) Idear
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.2) Protótipo de negócios
- (BMC) Defina a ideia (*design* de negócios) (1.2.3) Avaliar
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.1) de desejo ou conveniente
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.2) de praticabilidade
- (BMC) Gerar hipóteses (2.1.3) de viabilidade
- (BMC) Experimentar (2.2.1) Crie o experimento
- (BMC) Experimentar (2.2.2) Execute o experimento (uso do Cartão de teste);
- (BMC) Aprender (2.3.1) Analise as evidências
- (BMC) Aprender (2.3.2) Obtenha insights (Uso do Cartão aprendizagem);
- (BMC) Decidir (2.4.1) Persistir
- (BMC) Decidir (2.4.2) Pivotar
- (BMC) Decidir (2.4.3) Matar;
- (BMC) Gerenciar (2.5.1) Planejamento semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.2) Reuniões diárias em pé
- (BMC) Gerenciar (2.5.3) Aprendizagem semanal
- (BMC) Gerenciar (2.5.4) Retrospectiva quinzenal
- (BMC) Gerenciar (2.5.5) Reuniões mensais com *Stakeholders*.
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.1) experimentos de descoberta
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.2) Experimento de validação
- (BMC) Selecione o experimento (3.1.3) sequência de experimentos
- (BMC) Descoberta (3.2.1) Exploração
- (BMC) Descoberta (3.2.2) Análise de dados
- (BMC) Descoberta (3.2.3) Descoberta de interesse
- (BMC) Descoberta (3.2.4) Protótipo de discussão
- (BMC) Descoberta (3.2.5) Descoberta de preferência & priorização
- (BMC) Validação (3.3.1) Protótipo de interação
- (BMC) Validação (3.3.2) Chamada para ação
- (BMC) Validação (3.3.3) Simulação;
- (BMC) *Mindset* (4.1) Evite armadilhas nos experimentos
- (BMC) *Mindset* (4.2) Conduzir pela experimentação
- (BMC) *Mindset* (4.3) Organize para os experimentos
- Não identificado

4.^a FORMAÇÃO: Quais OUTROS microprocessos empreendedores foram identificados?

- Orientação e/ou mentoria (ofertada pela CPN)
- Não identificado
- Outro: _____

4.ª SELEÇÃO

4.ª SELEÇÃO: Qual o nome da fase?

4.ª SELEÇÃO: ocorre de forma pública ou restrita?

- Pública/aberta
- Restrita/fechada
- Mista
- Não identificado

4.ª SELEÇÃO: o que é avaliado (quais documentos devem ser entregues)?

- Ideia de negócio
- Slides (apresentação)
- Pitch (apresentação)
- Vídeo Pitch
- Canvas (BMC) e/ou proposta de valor (BMC)
- Plano de negócio
- Não identificado
- Outro: _____

4.ª SELEÇÃO: Qual o perfil dos jurados?

- Internos
- Externos
- Mistos
- Não identificado
- Outro: _____

4.ª SELEÇÃO: apresentação é realizada na modalidade?

- Remota
- Presencial
- Mista (remota e presencial)
- Não identificada

4.ª SELEÇÃO: Quais os critérios de avaliação?

- Originalidade da ideia de negócio
- Definição do cliente;
- Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)
- Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)
- Análise ambiental (concorrência)
- Avaliação/mitigação de riscos
- Vantagem competitiva sustentável
- Potencial de monetização/comercialização
- Estratégia de Marketing
- Potencial de crescimento do negócio
- Potencial e a escalabilidade do negócio
- Sustentabilidade financeira
- Sustentabilidade Social
- Sustentabilidade ambiental
- Potencial de inovação (gerar mercado)
- Atratividade de investimento;
- Potencial de IPO (oferta pública inicial).
- Equipe (capacidade de administrar e implementar)
- Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)
- Apresentação Pitch (linguagem corporal, aparência e vestuário)
- Percepção do avaliador (subjetivo)
- Não identificado
- Outro: _____

Qual a próxima FASE após a 4.ª SELEÇÃO?

- PREMIAÇÃO
- Outro: _____

PREMIAÇÃO

Qual o nome da fase PREMIAÇÃO?

Quais as formas de PREMIAÇÃO identificadas?

- Recursos econômicos (dinheiro)
- Títulos e certificados
- Cursos de formação
- Mentorias especialistas
- Rodada de investidores
- Suporte e recursos informáticos
- Encaminhamento para outras ações ou eventos
- Não identificado
- Outro: _____

Quais ações ou eventos são encaminhados?

- Incubadoras
- Aceleradoras
- Hub inovação
- Seleção de editais de fomento público
- Outras CPN
- Não identificado
- Outro: _____

Dos recursos econômicos (dinheiro)

A CPN tem recursos econômicos (dinheiro)?

- Sim
- Não identificado

Qual a fonte (origem) dos recursos econômicos?

- Internos
- Externos
- Mistos (internos e externos)
- Não identificado

Quais os patrocinadores e/ou doadores?

Quais outras organizações de apoio

Qual o valor dos recursos econômicos previstos na competição de planos de negócios?

- Não identificado
- Outro: _____

Qual o percentual de recursos econômicos internos?

- Não identificado
- Outro: _____

Qual o percentual de recursos econômicos externos?

- Não identificado
- Outro: _____

Qual tipo de recursos econômicos são ofertados aos estudantes durante a CPN?

- Bolsa FORMAÇÃO
- Bolsa PESQUISA/iniciação científica/ inovação
- Bolsa EXTENSÃO
- Estágio/contrato remunerado
- Recursos de CUSTEIO
- Recursos de CAPITAL
- Prêmio PECÚLIO
- Não identificado
- Outro: _____

Qual tipo de recursos econômicos são ofertados aos orientadores/mentores durante a CPN?

- Bolsa FORMADOR
- Bolsa ORIENTADOR PESQUISA
- Bolsa EXTENSÃO
- Estágio/contrato remunerado
- Recursos de CUSTEIO
- Recursos de CAPITAL
- Prêmio PECÚLIO
- Não identificado
- Outro: _____

Considerações finais

Conclusão

- Selecionado
- Não selecionado (dados insuficientes)
- Outro: _____

Considerações finais

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

Apêndice L – Instrumento de tratamento: microprocessos das CPN (P)

Quadro 108 – Instrumento de tratamento: microprocessos das CPN (P)

Resultados microprocessos Fundamentação teórica X Pesquisa				
Timmons	Baron e Shane	<i>Lean Startup</i>	<i>Design Thinking</i>	<i>Testing Business Ideas</i>
<i>European Commission/McClelland (EC/Mc)</i>				
15 CPN da pesquisa				
Comparativo microprocessos congruentes da pesquisa				
Timmons	Baron e Shane	<i>Lean Startup</i>	<i>Design Thinking</i>	<i>Testing Business Ideas</i>
Formações				

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) a partir do instrumento de pesquisa documental (2023)

Apêndice M – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (P)

Quadro 109 – Instrumento de tratamento: mapeamento estrutural das CPN (P)

Competições de Planos de Negócios	Pré-Inscrição	Pré-Formação	Inscrição	1.ª Formação	1.ª Seleção	2.ª Formação	2.ª Seleção	3.ª Formação	3.ª Seleção	4.ª Formação	Seleção final	Premiação	Encaminhamento
Quantidade de frequência													
Percentual de frequência (total 15 CPN)													
University of Oxford													
Harvard University													
University of Cambridge													
Stanford University													
Massachusetts Institute of Technology (MIT)													
University of São Paulo (USP)													
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)													
Universidade Federal do Ceará (UFC)													
Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)													
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)													
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)													
Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)													
Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)													
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)													
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)													

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice N – Instrumento tratamento: documentos seleção final das CPN (P)

Quadro 110 – Instrumento de tratamento: documentos seleção final das CPN (P)

Seleção final	University of Oxford	Harvard University	University of Cambridge	Stanford University	Massachusetts Institute of Technology (MIT)	University of São Paulo (USP)	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Universidade Federal do Ceará (UFC)	Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Instituto Federal de São Paulo (IFSP)	Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)	Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)	Total
Ideia de negócio																
<i>Pitch</i> (apresentação)																
<i>Slides</i> (apresentação)																
<i>Canvas</i> (BMC)																
Proposta de valor (BMC)																
Vídeo <i>Pitch</i>																
Plano/Projetos de negócios																
Viabilidade econômica																
Protótipo																
<i>Lean Canvas</i>																
Vídeo protótipo																
Gestão – equipe, parcerias e recursos																
MVP																
Perfil empreendedor																

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice O – Instrumento de tratamento: critérios da seleção final das CPN (P)

Quadro 111 – Instrumento de tratamento: critérios da seleção final das CPN (P)

	University of Oxford	Harvard University	University of Cambridge	Stanford University	Massachusetts Institute of Technology (MIT)	University of São Paulo (USP)	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Universidade Federal do Ceará (UFC)	Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Instituto Federal de São Paulo (IFSP)	Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN)	Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB)	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)	Total
Atende a uma necessidade (descrição do produto/serviço)																
Potencial de inovação (gerar mercado)																
Equipe (capacidade de administrar e implementar)																
Apresentação <i>Pitch</i> (linguagem corporal, aparência e vestuário)																
Números e dados realistas (adequação do plano ao mercado)																
Potencial e a escalabilidade do negócio																
Sustentabilidade Social																
Originalidade da ideia de negócio																
Sustentabilidade financeira																
Definição do cliente																
Análise ambiental (concorrência)																
Potencial de crescimento do negócio																
Sustentabilidade ambiental																
Vantagem competitiva sustentável																
Estratégia de Marketing																
Road Map (etapas de desenvolvimento, caminho crítico)																
Avaliação/mitigação de riscos																
Potencial de monetização/comercialização																
Percepção do avaliador (subjetivo)																
Atratividade de investimento																
Potencial de IPO (oferta pública inicial)																

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Apêndice P – Formulário online de inscrição do Modelo Conceitual

[Documento elaborado pelo autor com adaptações a partir do hotsite PGINI 2022] (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ, 2022).

Instruções:

1- Defina sua equipe: Cada equipe deve ser composta de, no mínimo, 2 e, no máximo, 5 membros. A equipe necessita ter um líder, e os membros precisam indicar sua atuação na equipe:

(a) administrativo e financeiro);

(b) Marketing e comercial;

(c) técnico e *design* funcional;

2 - Encontre uma dor de mercado relevante: Toda solução de negócio (remédio) precisa resolver um problema (dor do mercado). As dores do mercado são geradas por dois motivos: desejos ou necessidades do cliente, frente a um "problema" não resolvido.

3 - Elabore uma solução inovadora: inovar é criar uma solução de negócio que ainda não existe; dar outra finalidade/utilidade a um serviço/produto existente; explorar uma lacuna do mercado que ainda não foi preenchida. Com base nas dores de mercado elencadas, idealize uma solução inovadora que resolva o desejo e/ou a necessidade do seu cliente.

4 - Estabeleça o valor/benefícios da solução: Qual é a proposta de valor? apresente de forma clara e objetiva, o que sua *startup* vai entregar para o cliente. Ela é um conjunto de características e argumentos persuasivos que apresentam claramente como o seu produto resolve os problemas do seu cliente, que benefícios são entregues e porque comprar de você ao invés do seu concorrente.

5- Defina seu modelo de monetização: Qual o modelo de receita do seu negócio? O modelo de receita mostra como a *startup* vai gerar receita, oferecendo o produto para um público-alvo específico, venda, aluguel, mensalidade, doações etc.? Qual a relação de transação financeira com o cliente? B2C (entre empresa e consumidor final); B2B (entre empresas); B2G (entre empresa e governo); B2B2C (entre empresas

visando consumidor final); C2C (entre consumidores finais); ou C2G (entre o cidadão e Governo).

6 - Estabeleça seu diferencial competitivo: diferencial competitivo é a capacidade de uma organização ser única (diferenciada) e exclusiva quanto a proposta de valor entregue em seus produtos e/ou serviços. Desta forma, entenda sua proposta de valor e identifique seus diferenciais competitivos.

7 - Escreva as respostas do formulário: Antes de iniciar o preenchimento do formulário online, escreva as seguintes respostas no word para facilitar o preenchimento:

Nome que define a ideia de negócio?

Qual o problema do mercado (dor do mercado) a ser resolvido?

Qual a solução (remédio) idealizada para o problema de mercado apresentado?

Quais os benefícios (proposta de valor) entregue pela solução apresentada?

Quais as formas de monetização (como o dinheiro irá entrar) da solução apresentada?

Quais os diferenciais competitivos (o que te faz diferente das propostas que já existem no mercado)?

Quais os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a solução apresentada se enquadra?

Quais os Setores estratégicos que a solução apresentada está vinculada?

8 - Reunir os documentos e informações: No ato da inscrição, o líder precisa informar os dados dos membros e anexar alguns documentos pessoais e escolares. Dentre eles, temos: a) histórico escolar; b) declaração matrícula (atualizado).

9 - Grave o vídeo *Pitch* inscrição: o vídeo *Pitch* inscrição é uma produção audiovisual de até 5 minutos PREFERENCIALMENTE na extensão MP4, em que a equipe apresenta, sumariamente, sua proposta de ideia de negócio inovadora, em até 5 (cinco) minutos de duração. O vídeo *Pitch* inscrição deverá abordar 6 (seis) tópicos de conteúdos em sequência, a saber: problema/dor do mercado; solução/remédio para o problema/dor de mercado; valor/Benefícios da solução apresentada; forma de monetização (como se ganha dinheiro); diferenciais competitivos da solução apresentada; composição (membros) da equipe: Apresente os membros da equipe com foto, função e as principais competências de cada membro da equipe.

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

Preencha as informações e adicione os arquivos (documentos) solicitados.

Identificação da equipe e campus

Indique o campus que você tem matrícula ativa e quer se inscrever:

Qual é o nome da sua equipe? * (nome temporário que pode ser alterado posteriormente).

1º membro da equipe (Líder) - dados pessoais e escolares*

Nome completo do líder da equipe: *

Data de nascimento do líder da equipe: *

Telefone celular e WhatsApp do líder da equipe: no formato (XX) XXXXX-XXXX *

DOCUMENTOS SOLICITADOS

(a) Dados pessoais e acadêmicos dos membros: a) histórico escolar; b) declaração matrícula (atualizado).

(b) perfil dos membros da equipe: mini currículo dos membros com a indicação da função de cada membro: (a) administrativo e financeiro; (b) Marketing e comercial; (c) técnico e *design* funcional;

(c) ideia de negócio (Dor X Remédio): 1. Nome que define a ideia de negócio? 2. Qual o problema do mercado (dor do mercado) a ser resolvido? 3. Qual a solução (remédio) idealizada para o problema de mercado apresentado? 4. Quais os benefícios (proposta de valor) entregue pela solução apresentada? 5. Quais as formas de monetização (como o dinheiro irá entrar) da solução apresentada? 6. Quais os diferenciais competitivos (o que te faz diferente das propostas que já existem no mercado)? 7. Quais os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a solução apresentada se enquadra? 8. Qual ou quais os Setores estratégicos a solução está vinculada?

(d) *Canvas* (BMC);

(e) Maturidade tecnológica (escala TRL);

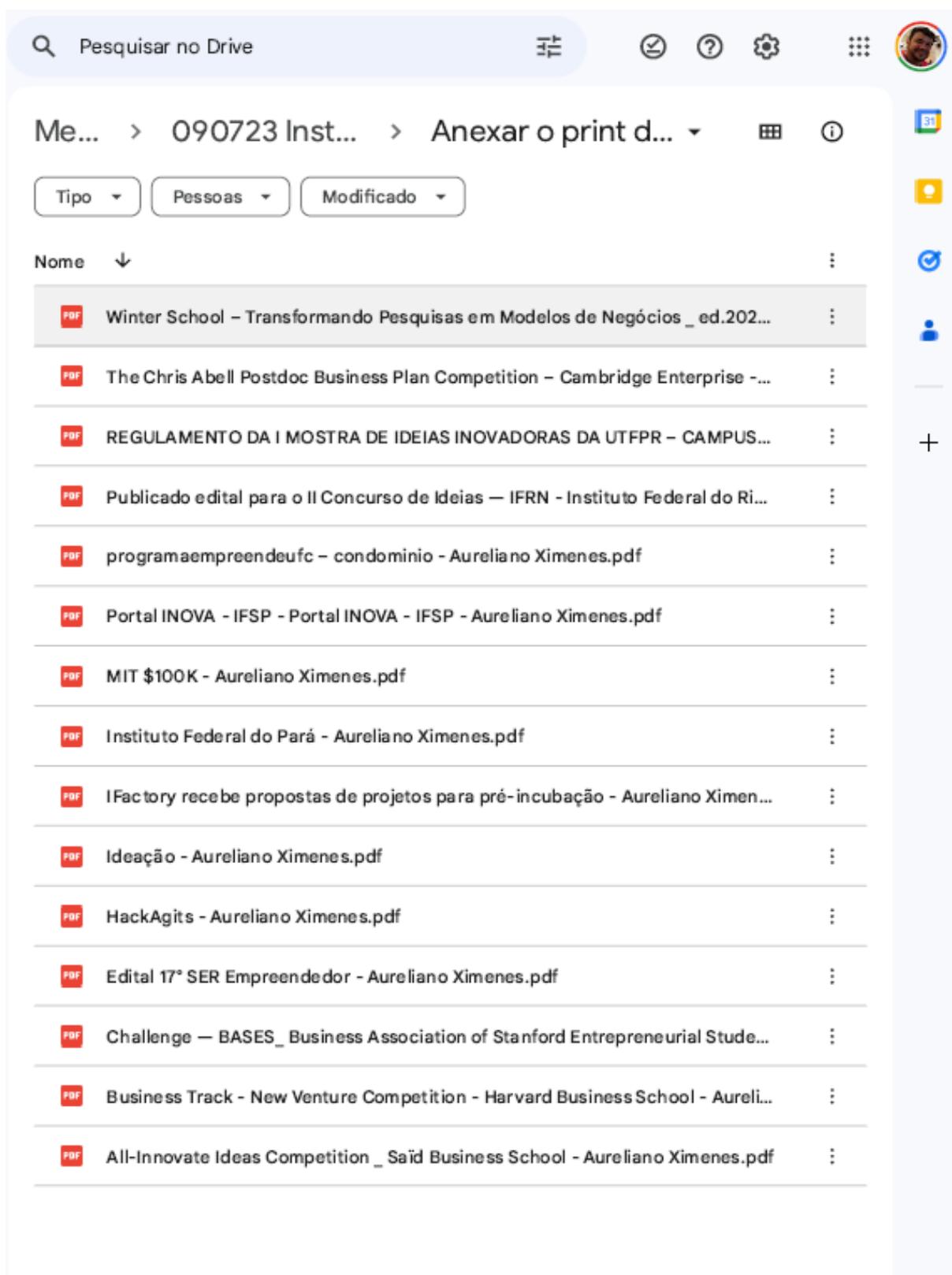
(f) Monetização e a sustentabilidade financeira;

(g) *Slides* da apresentação *Pitch*;

(h) Vídeo apresentação *Pitch* (gravado): A equipe deve postar (Upload) o vídeo. faça um vídeo de no máximo 5 minutos de duração contendo as seguintes informações: 1. identificando a oportunidade; 2. apresentando a sua Solução; 3. destacando seus diferenciais; 4. explanando sua proposta.

Anexo A – Print do Site das CPN (File responses)

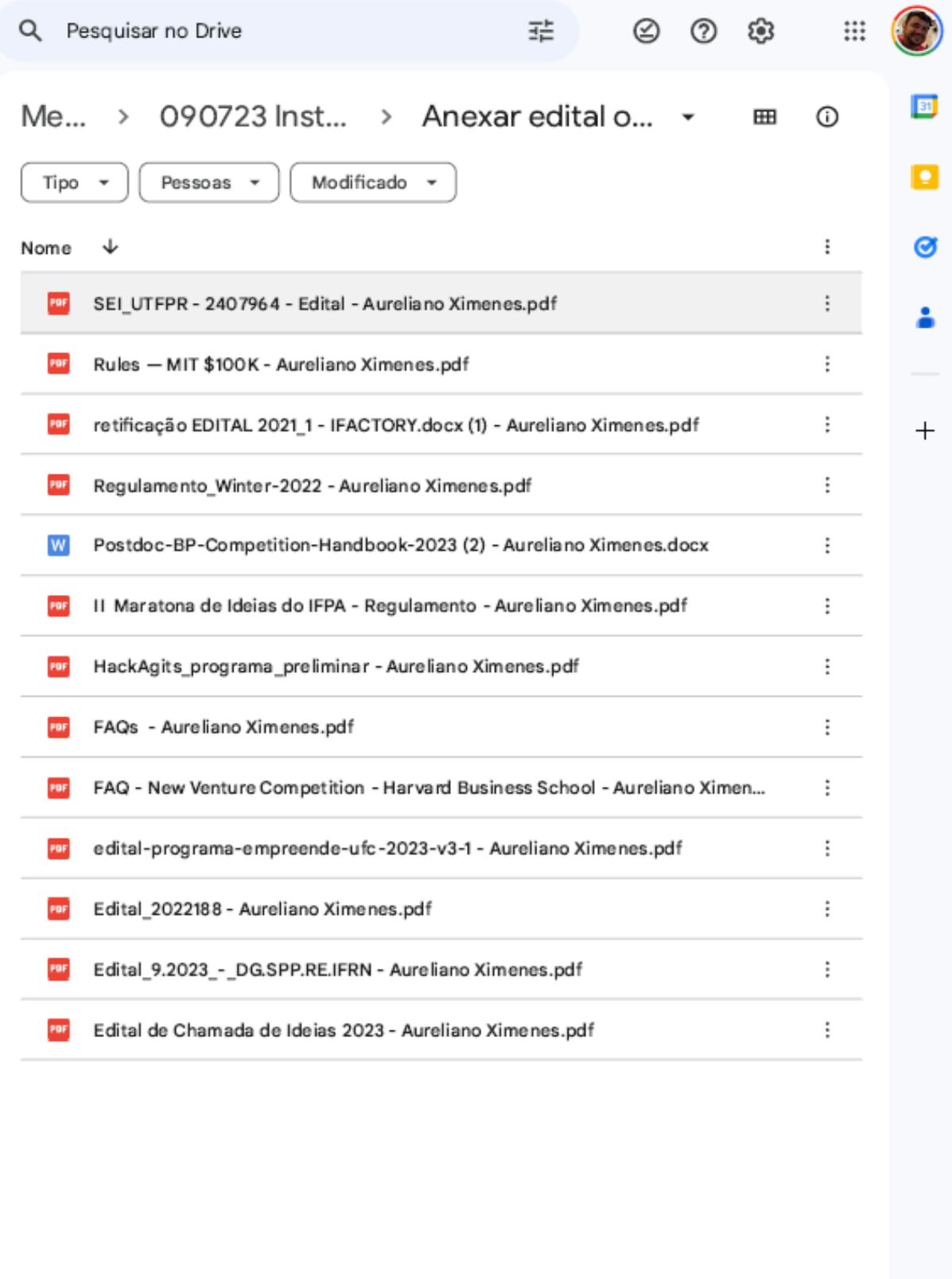
Figura 42 – Print do Site das CPN (File responses)



Fonte: Google drive (2023)

Anexo B – Edital ou documento similar das CPN. (File responses)

Figura 43 – Edital ou documento similar das CPN. (File responses)



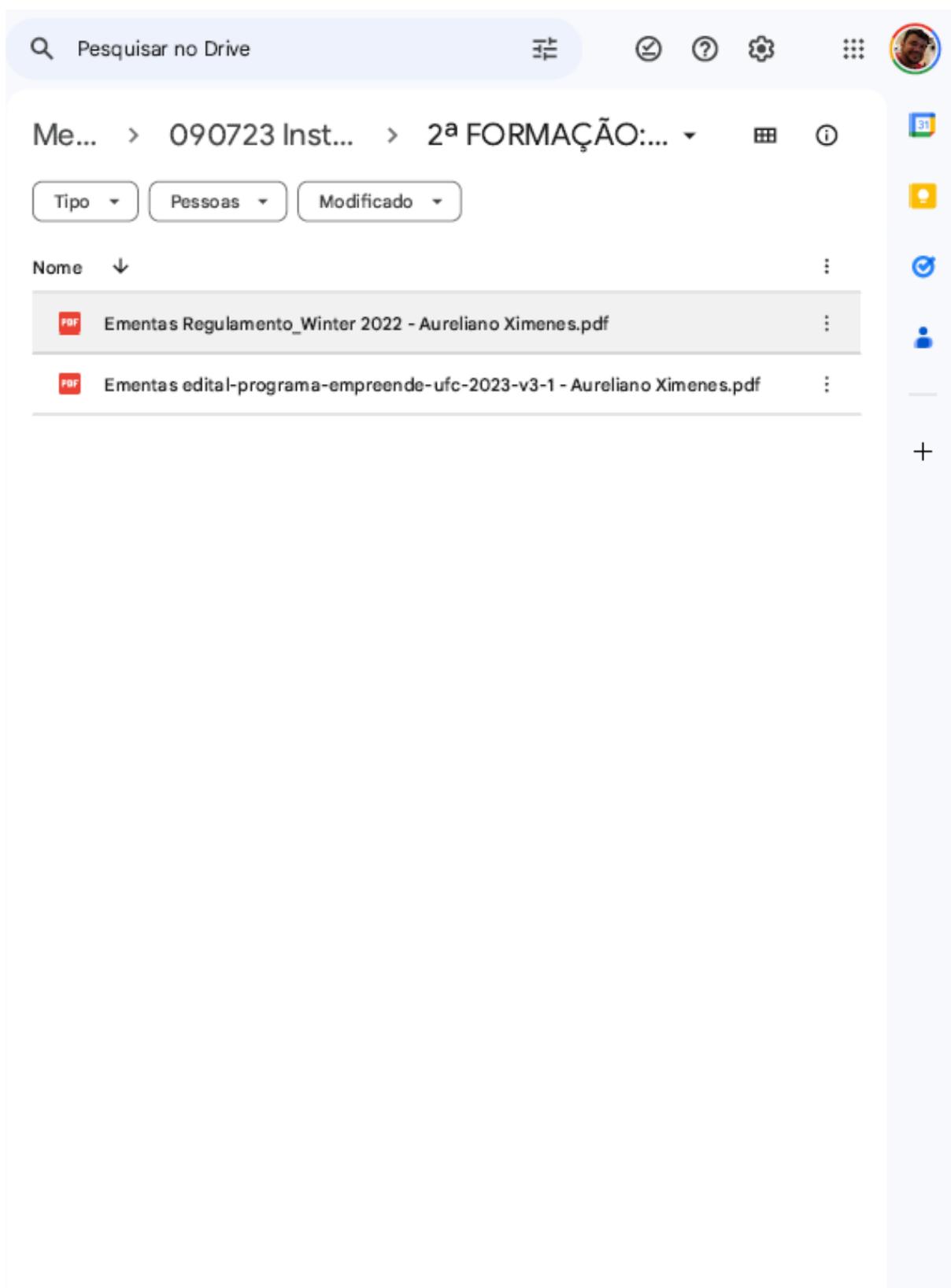
The image shows a screenshot of the Google Drive web interface. At the top, there is a search bar with the text "Pesquisar no Drive" and several utility icons. Below the search bar, the breadcrumb navigation shows "Me... > 090723 Inst... > Anexar edital o...". There are three filter buttons: "Tipo", "Pessoas", and "Modificado". The main content area displays a list of files, each with a file icon, a name, and a vertical ellipsis menu icon. The files listed are:

- SEI_UTFPR - 2407964 - Edital - Aureliano Ximenes.pdf
- Rules — MIT \$100K - Aureliano Ximenes.pdf
- retificação EDITAL 2021_1 - IFACTORY.docx (1) - Aureliano Ximenes.pdf
- Regulamento_Winter-2022 - Aureliano Ximenes.pdf
- Postdoc-BP-Competition-Handbook-2023 (2) - Aureliano Ximenes.docx
- II Maratona de Ideias do IFPA - Regulamento - Aureliano Ximenes.pdf
- HackAgits_programa_preliminar - Aureliano Ximenes.pdf
- FAQs - Aureliano Ximenes.pdf
- FAQ - New Venture Competition - Harvard Business School - Aureliano Ximen...
- edital-programa-empreende-ufc-2023-v3-1 - Aureliano Ximenes.pdf
- Edital_2022188 - Aureliano Ximenes.pdf
- Edital_9.2023_-_DG.SPP.RE.IFRN - Aureliano Ximenes.pdf
- Edital de Chamada de Ideias 2023 - Aureliano Ximenes.pdf

Fonte: Google drive (2023)

Anexo C – Ementas e/ou conteúdos detalhados (File responses)

Figura 44 – Ementas e/ou conteúdos detalhados (File responses)



Fonte: Google drive (2023)