



# **CENTROS DE EMPREENDEDORISMO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR COMO APOIO À FORMAÇÃO DA CULTURA EMPREENDEDORA**

*Carlos Tadeu Santana Tatum*

*Adeilson Freire dos Santos*

*Carolina Souto Ferreira*

*Iracema Machado de Aragão Gomes*

**10.7198/8-857822-524-4-01021**

## **Resumo**

O empreendedorismo vem ganhando mais espaço no mundo, pautado pela flexibilização do mercado de trabalho, desenvolvimento da economia e surgimento de oportunidades de negócios. É nesse cenário favorável que se encontram os Centros de Empreendedorismo (CE), unidades que objetivam a promoção do empreendedorismo local mediante a interação entre universidade/empresa/governo, possibilitando a abertura de novos negócios e incentivando uma cultura empreendedora. O objetivo deste trabalho é apresentar um perfil de atividades que proporcione a criação de CE nas instituições de ensino superior. O estudo é do tipo descrito com abordagem qualitativa, utilizando o método de estudo de casos de dois centros de empreendedorismo americanos e um centro brasileiro. Conclui-se que atividades essenciais como competições de planos de negócio, eventos, ideias de novos produtos, treinamentos, cursos de formação, mentorias, aconselhamentos, fundos de financiamento e programas de intercâmbio devem estar presentes em qualquer CE contribuindo para o aperfeiçoamento da cultura empreendedora dos alunos das universidades e dos empreendedores locais.

## **Introdução**

O empreendedorismo, de acordo com as informações do relatório *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM (2013), vem ganhando mais espaço no Brasil e no mundo, pautado pela flexibilização do mercado de trabalho, desenvolvimento da economia e surgimento de oportunidades de negócios.

O Brasil ocupa a oitava colocação entre os países com a economia impulsionada pela eficiência, ou seja, nações caracterizadas pelo avanço da industrialização e ganhos em economia de escala, isso considerando o importante indicador “taxa de empreendedores iniciais”, alcançando o índice de 17,3%, significando que de cada 100 brasileiros 17 estão envolvidos com alguma atividade empreendedora, tomando como parâmetro os últimos 42 meses antecedentes ao estudo GEM (2013),.

As Instituições de Ensino Superior (IES), como detentoras e promotoras do conhecimento, podem, de acordo com Etzkowitz (2000), desempenhar um papel mais importante em termos de inovação nas sociedades baseadas no conhecimento e, segundo a linha de intelecção de Sábato (2011), sendo parte integrante da hélice tríplice (empresas, governo e universidade) devem estar envolvidas com os demais agentes e contribuir com o desenvolvimento de ações visando ao crescimento econômico, por meio do ensino, pesquisa e extensão.

Neste contexto, como uma dessas ações, encontram-se os Centros de Empreendedorismo (CE), unidades que objetivam a promoção do empreendedorismo local mediante a interação entre aluno/empresa/academia, possibilitando a abertura de novos negócios e incentivando uma cultura empreendedora nas universidades.

Deste modo, o CE desponta como aliado importante na formação educacional dos alunos, promovendo atividades extraclasse como: seminários, palestras, pesquisas e rodadas de negócios entre empresas juniores e empresários reais para criação e inovação de produtos e serviços, mobilizando investimentos em *start-ups*.

Observando a importância dos CE, tem-se nesta pesquisa o objetivo de extrair na literatura os principais feitos destes Centros e apresentar um perfil de atividades que proporcione a criação de CE nas instituições de ensino superior.

## ***Marco Teórico de Referência***

### ***Empreendedorismo***

A definição de empreendedorismo é tratada por Venkataraman (1997) como um campo de estudo que procura compreender como as oportunidades que geram novos produtos e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e quais os desdobramentos desse processo.

Shane e Venkataraman (2000) estruturaram a compreensão do empreendedorismo baseando-se na existência, descoberta, e exploração de oportunidades de negócio, analisando a influência dos indivíduos e das oportunidades.

Diante do exposto é possível mencionar que o empreendedorismo significa construir novos negócios a partir de oportunidades, observadas no mercado por meio da percepção e conhecimento do empreendedor. A seguir, serão descritos alguns conceitos sobre empreendedor.

Amorós e Bosma (2014) consideram o empreendedorismo como importante solução para o crescimento econômico inclusivo.

### ***Empreendedor***

De acordo com Schumpeter (1961), o conceito de empreendedor pode ser associado a um indivíduo que se dispõe ao risco, tem iniciativa, autoridade e trabalha com previsão.

O empreendedor é definido por Fillion (1999) como uma pessoa criativa que tem como marca a capacidade de estabelecer e atingir objetivos, mantendo alto nível de consciência do ambiente em que vive, detectando oportunidades de negócios e tomando decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação.

Para entender os diferentes motivos e mecanismos do empreendedorismo, de acordo com Bessan e Tidd (2009), é preciso conhecer as diferentes razões pelas quais as pessoas criam novos empreendimentos. Nesse sentido, destacam-se três tipos de empreendedores:

- **Empreendedores ‘como um modo de vida’** – aqueles que procuram independência e querem ganhar a vida com base nas suas possibilidades e valores pessoais; práticas de consultoria profissional individual ou trabalhos artesanais realizados na própria residência do empreendedor são exemplos desse perfil.
- **Empreendedores do crescimento** - Estão em diversos setores, inclusive nos considerados relativamente conservadores como de capital intensivo e bem dominados como varejo, imóveis e bens (*commodities*).
- **Empreendedores inovadores** – indivíduos que são guiados pelo desejo de criar ou mudar algo, seja no setor público, privado ou no terceiro setor. Independência, reputação e riqueza não são os principais objetivos nesse caso. São movidos pelo criar algo novo. Estão entre esses empreendedores o social, que cria valor e mudança na sociedade, e o tecnológico.

### ***Ensino do empreendedorismo***

No tocante ao ensino do empreendedorismo, Long e McMullan (1987) exaltam o excelente impacto econômico dessa iniciativa. Eles destacam alguns benefícios como a criação de valores e formação de futuros líderes para a nova infraestrutura de risco, contribuições de estu-

dantes para empreendimentos comunitários e componentes de novas estratégias econômicas para promover a criação de emprego.

Gartner e Vesper (1997) afirmam que até o início da década de 1970 poucas universidades ofereciam esses cursos. Registram que a *Harvard Business School* introduziu um curso de empreendedorismo em 1945, aparentemente em resposta aos estudantes que voltavam do serviço militar na Segunda Guerra Mundial em meio a uma economia que estava em transição, devido ao colapso das indústrias de armas.

Entretanto, a partir de 1970, segundo Gartner e Vesper (1997), o número de escolas de negócios que promoviam cursos de empreendedorismo começou a mudar drasticamente. Em 1970, havia 16 (dezesseis) universidades oferecendo esses cursos, dos quais 12 (doze) tinham começado nos últimos dois anos. Em 1995, esse número subiu para mais de 400.

E cresceu ainda mais de acordo com Katz (2003), quando em seu estudo foi apresentada uma infraestrutura americana composta por mais de 2200 cursos em mais de 1.600 escolas em 1999, representando um crescimento excepcional.

Ribeiro, Araujo e Oliveira (2002) informam que no Brasil o primeiro curso de empreendedorismo foi ministrado na Fundação Getúlio Vargas em 1981, pelo professor Ronald Degen, por meio da disciplina 'Novos Negócios' no curso de especialização em Administração para Graduados.

Desde então, segundo dados do Relatório Guess (2011), outras iniciativas surgiram. Tiveram destaque aquelas geradas na Escola de Novos Empreendedores (ENE), que esteve ativa na Universidade Federal de Santa Catarina por mais de dez anos, e pelo Programa Rede Universitária de Ensino de Empreendedorismo (REUNE), a partir de 1988, com a implantação de disciplinas sobre empreendedorismo nas universidades do país.

Com o crescimento do interesse pelo tema, um importante estudo do Instituto Endeavor (2012), que trata do empreendedorismo no âmbito do ensino superior, traz algumas informações que demonstram que as universidades brasileiras têm acompanhado essa tendência:

Apenas 4,3% das universidades brasileiras pesquisadas não oferecem atividades ligadas ao Empreendedorismo em alguma área, sendo que 76,1% têm cursos para a Graduação – no mundo, a média é de 24,8%. Ainda assim, apenas 39,7% dos alunos já cursaram alguma disciplina ligada a empreendedorismo.

A pesquisa mostra que as universidades brasileiras estão proporcionando atividades mais práticas aos alunos, ou seja, as atividades extraclasse. Oitenta e nove vírgula um (89,1%) das Instituições de Ensino Superior (IES) do Brasil recebem palestrantes convidados para proferir sobre empreendedorismo, número superior até a média mundial, de 71,4%. Além disso, 43,5% das universidades promovem visitas e/ou excursões focadas em empreendedorismo e pequenos negócios, um número também superior à média mundial de 37,3%.

O ensino do Empreendedorismo na graduação, assim como em todo o mundo, é o foco do ensino do Empreendedorismo, e no Brasil não é diferente, enquanto 52,2% para a pós-graduação e 23,9% para a Educação Executiva.

### ***Centros de Empreendedorismo Universitários***

Nos Estados Unidos, de acordo com Kuratku (2003), a maioria dos centros universitários de empreendedorismo tem se concentrado em três grandes áreas de atuação/objetivos: educação empreendedora, atividades de extensão com empresários e pesquisa empresarial e entre si, geram sinergia de relacionamentos, como por exemplo a criação em 2000 de uma iniciativa de integração dos Centros de Empreendedorismo (CE) americanos com a criação do Consórcio Nacional de Centros de Empreendedorismo, fundado com a finalidade de colaboração continuada entre os centros de empreendedorismo estabelecidos.

Os CE existentes em universidades podem ser definidos, de acordo com Menzies (2009), como uma unidade em separado dentro do Campus, que possui um diretor designado, com financiamentos específicos direcionados para um orçamento de um 'centro', e não direcionados para indivíduos. Esse Centro possui instalações e pessoal associado com a missão de melhorar o desenvolvimento do empreendedorismo nas instituições.

Hashimoto (2013), elenca uma série de características que denotam um Centro de Empreendedorismo. Assim, elaborou-se o Quadro 1 com os principais tópicos.

**Quadro 1** - Funcionamento de um centro de empreendedorismo segundo Hashimoto (2013)

- **Natureza das atividades:** Os CE não são apenas de escolas de negócios, embora representem a maioria. Existem universidades com mais de um CE e iniciativas informais de estudantes. Metade dos CE está em instituições públicas e a outra metade nas privadas. 72% dos CE pertencem a universidades, 20% pertencem às faculdades e as demais a centros universitários. Os CE pesquisados procuram equilibrar suas atividades entre ensino, pesquisa e prática, mas a ênfase acaba sendo no ensino, o que explica também porque menos de 15% do seu tempo é alocado para serviços direcionados à comunidade local.
- **Funcionários:** Os CE têm apenas seis funcionários em média, sendo três deles professores. O número médio de alunos que atuam nos CE por meio de voluntariado é 1,6. Os professores são primordialmente doutores. A maioria dos professores se dedica à pesquisa e ensino: 64% do corpo docente ministram aulas na graduação, metade na pós-graduação, 64% leciona em programas de mestrado e doutorado e 32% em cursos executivos de curta duração.
- **Ensino:** Vem crescendo a conscientização do ensino de empreendedorismo por parte das IES. Apesar de a média geral ser de apenas duas disciplinas relacionadas com o tema empreendedorismo na graduação e menos do que uma na pós-graduação (a maioria não oferece nenhuma disciplina). Os professores de empreendedorismo ligados aos CE recebem apoio, orientação e materiais de ensino para melhorar as experiências dos alunos nos cursos relacionados com empreendedorismo.
- **Atividades práticas:** As atividades mais comuns realizadas pelos CE estão demonstradas a seguir, em ordem de frequência: Seminários e workshops com palestrantes convidados, competições de planos de negócios, oportunidades de estágio em pequenas empresas, mentoria e aconselhamento para alunos que vão empreender, feiras de negócios, incubadoras e educação executiva.

- **Pesquisa acadêmica:** A produção acadêmica de relevância não passa de meio artigo em periódico internacional em média, por ano. Em periódicos nacionais, não chega a dois artigos por ano. Dezesesseis das instituições pesquisadas não publicam sequer um artigo por ano, sendo que dessas, metade são universidades, ou seja, com obrigação de ter publicação acadêmica.
- **Orçamento:** Dos CE que declararam o orçamento, 40% não possuem nenhuma verba para conduzir suas atividades. A média ficou em R\$ 403 mil/ano, variando de R\$ 250 até R\$ 1.100 mil. A maior parte do orçamento vem da própria universidade, responsável, em média, por 64% do orçamento do CE. Apenas 11% do total dos orçamentos dos CE vêm de fomento público e receita de prestação de serviços.

Fonte: Própria dos autores. Janeiro 2015

## ***Metodologia***

A pesquisa realizada é do tipo descritiva (caracterização dos centros de empreendedorismo) com abordagem qualitativa dos elementos de análise. Foi adotado o método de casos múltiplos (YIN, 2010). Os três casos são centros de empreendedorismo americanos, o TECH, da Universidade de Harvard e a Terry college, da Universidade da Georgia, assim como as atividades desenvolvidas pelo centro de empreendedorismo e novos negócios da brasileira Fundação Getúlio Vargas, o FGVcenn.

A partir de um método de casos foi possível verificar as similaridades e diferenças entre atividades ocorridas nos centros de empreendedorismo, criou-se uma matriz das atividades considerando cada instituição, fazendo-se comparações entre eles.

Quanto as limitações de nossa pesquisa é que o método de estudo de caso é o fator limitante mais evidente desta pesquisa por não permitir generalização dos resultados.

## **Resultados e Discussões**

As unidades objeto deste estudo foram duas instituições americanas, a *Technology and Entrepreneurship Center at Harvard* (TECH), Centro de Empreendedorismo da Universidade de Harvard, e a *Terry College*, Escola de Negócios da Universidade da Geórgia, e a universidade brasileira FGVcenn, Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas.

De acordo com Harvard University (2014), o TECH, Centro de Empreendedorismo e Tecnologia da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, apresenta como missão o avanço na compreensão e prática da inovação e do empreendedorismo por meio da educação experiencial. É ao mesmo tempo um espaço real e virtual para alunos, professores, ex-alunos e líderes da indústria aprenderem juntos, colaborar e inovar. Proporciona aos alunos apoio a projetos, grupos de estudo, cursos e aconselha grupos de estudantes que trabalham para construir a comunidade de inovação Harvard.

Na Terry College (2014), observa-se que é a Escola de Negócios da Universidade da Geórgia, Estados Unidos, nacionalmente reconhecida e comprometida com a excelência no ensino e pesquisa. E ainda, seu programa de empreendedorismo é baseado em uma infinidade de oportunidades que oferece aos alunos experiências práticas, conectando-os com *start-ups* existentes e buscando trabalhos voltados à comunidade e impactando em negócios locais.

De acordo com a FGV (2014), o FGVcenn, Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, foi criado em junho de 2004, e tem a missão de construir uma cultura empreendedora na Fundação Getúlio Vargas, além de contribuir para o processo de geração de riqueza no Brasil.

Assim, conhecido o objeto de estudo, passa-se à análise comparativa das principais atividades e forma de atuação de cada uma das instituições analisadas no Quadro 2.

**Quadro 2** -Atividades dos Centros de Empreendedorismos

<p>Harvard</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>\$ 50K Desafio de inovação da Harvard College</b> – Competição também conhecida como I3, Imagine, Invente e Impacte. É realizada anualmente pelo centro de empreendedorismo e tecnologia em parceria com a Agência de Estudantes de Harvard.</li> <li>• <b>Fórum de empreendedorismo de Harvard</b> - organização estudantil que trabalha para ajudar os alunos a canalizar a sua criatividade para criar empresas de sucesso.</li> <li>• <b>Harvard Mídia Ventures</b> - organização estudantil focada em desenvolver a perspicácia dos seus membros para os negócios, os talentos criativos e as habilidades empreendedoras.</li> </ul>	<p>Terry College</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Programa Acelerador</b> – Feito para alunos que estão prontos para iniciar ou expandir seus negócios.</li> <li>• <b>Sociedade de Empreendedores</b> – Objetiva o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora. O grupo oferece reuniões com palestrantes convidados.</li> <li>• <b>Empreendedorismo e Venture Capital Club</b> – Para alunos de MBA. É uma rede que incentiva as habilidades dos alunos para criar e gerir empresas.</li> </ul>	<p>FGV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Semana do Empreendedorismo da GV</b>- Realizada desde 2005, no primeiro semestre de cada ano, a Semana do Empreendedorismo reúne especialistas brasileiros e estrangeiros nas diversas áreas do Empreendedorismo para debates, apresentações, etc.</li> <li>• <b>Semana Global do Empreendedorismo</b> - Todos os anos, no mês de em novembro, o FGVcenn participa do movimento Semana Global do Empreendedorismo, no Brasil pela ONG Endeavor.</li> <li>• <b>Latin moot corp</b> - Para alunos de pós-graduação e de graduação. É um concurso oferece a oportunidade de ganhar uma vaga na prestigiada Venture Competition Global Investment Labs, realizado na Universidade do Texas, e ao mesmo tempo ter uma chance de ganhar milhares de dólares em prêmios.</li> </ul>
--	--	---

Harvard	Terry College	FGV
<p>• <b>Harvard Alumni Empreendedores</b> - recebe estudantes que se inscrevem em sua lista de fundadores e profissionais prestadores de serviços para compartilhamento de experiências e troca de idéias sobre empreendedorismo.</p>	<p>• <b>Programa de Fellows do Vale do Silício</b> - A cada ano, um seleto grupo de estudantes de MBA torna-se um 'Amigo do Vale do Silício', ganhando a oportunidade de viajar para a Califórnia e aprender com alguns dos melhores capitalistas de risco e empreendedores do mundo.</p>	<p>• <b>Idea to product</b> – criada na Universidade do Texas, em Austin, trata-se de uma competição de planos de comercialização de tecnologia em estágio inicial que visem idéias de produtos únicos, com clara demanda do mercado e que utilizam tecnologias inovadoras.</p>
<p>• <b>Concurso de avaliação ideia Startup</b> - organização estudantil que trabalha para ajudar os alunos a canalizar a sua criatividade para empresa de sucesso.</p>	<p>• <b>Financiando sua Venture</b> - competição anual em todo o campus aberta para qualquer aluno com uma ideia para uma start-up. Premia o melhor projeto em dinheiro.</p>	<p>• <b>Educação Empreendedora</b> - Preparar os participantes para assumirem um espírito empreendedor, fundamental para as corporações modernas e para a sociedade como um todo.</p>
<p>• As atividades que foram expostas acima ganharam prestígio internacional em negócios que viabilizaram no calendário anual, fechamento de negócios reais com cifras milionárias.</p>	<p>• <b>Fundo de Inovação Terry</b> - O Fundo de Inovação Terry é um catalisador para o lançamento de empreendimentos de sucesso. Fornece financiamento e orientação aos estudantes da Universidade da Geórgia em empreendimentos em estágio inicial.</p>	<p>• <b>Incubadora</b> – Incubadora(I-TCP/FGV) é um Programa de Extensão Universitária que tem como missão assessorar Negócios Inclusivos como estratégia de combate a pobreza.</p>
	<p>• <b>UGA's Next Top Entrepreneur</b> - Próximo Empreendedor TOP da UGA. Competição anual em todo o campus é aberto a qualquer aluno UGA com uma ideia para uma start-up. Uma combinação de outras atividades como a American Idol e Shark Tank.</p>	<p>• Estágio em Start-Up – programa que proporciona oportunidade para que nossos alunos estejam junto a empreendedores.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Music Business Program</b> - O Programa de Music Business é voltado para aqueles que aspiram a ser líderes na indústria da música.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Projetos Especiais I:</b> 10.000 mulheres - o programa 10.000 Mulheres é uma iniciativa filantrópica global que irá dar educação em administração e gestão de negócios a mulheres de todo o mundo e ajudar a melhorar a qualidade da educação empresarial nos países em desenvolvimento.</li> </ul>
Harvard	Terry College	FGV
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Leonard Leadership</b> - Com ênfase baseado em valores, comportamentos, liderança tem foco no impacto, possibilitando estudiosos de adquirir as ferramentas necessárias para contribuir para as suas organizações e comunidades, servindo como um modelo para os outros seguirem.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Transforma Brasil</b> - A competição Transforma Brasil foi idealizada pelo ICE e FGV-CENN com o intuito de promover e fortalecer o tema de negócios sociais entre os alunos universitários de todo o Brasil.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Leadership Fellows</b> - Cursos de desenvolvimento de liderança e atividades que melhorem a sua compreensão e aplicação dos princípios de liderança.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Study abroad</b> - Programas de estudo no exterior que permitem que você tire um curso ministrado por um membro do corpo docente da Terry, enquanto no exterior.</li> </ul>	

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

### *Considerações finais*

A partir da apresentação de atividades realizadas por centros de empreendedorismo em universidades americanas e brasileira, buscou-se apresentar um perfil para a disseminação dessas unidades nas universidades brasileiras, com o intuito de contribuir com a formação

empreendedora dos alunos envolvendo também a comunidade local de empreendedores.

O presente trabalho trouxe como contribuição a demonstração dessas atividades, possibilitando que instituições engajadas com empreendedorismo local possam ter um norte para implantação de um CE. Contribuiu também para ampliar o conhecimento dos conceitos e panorama do empreendedorismo por meio da revisão da literatura.

Ainda conclui-se que atividades essenciais como competições de planos de negócio, eventos, ideias de novos produtos, treinamentos, cursos de formação, mentorias, aconselhamentos, fundos de financiamento e programas de intercâmbio devem estar presentes em qualquer CE contribuindo para o aperfeiçoamento da cultura empreendedora dos alunos das universidades e dos empreendedores locais.

Os centros de empreendedorismos espalhados pelo mundo é um reflexo de uma necessidade de produção de ciência, tecnologia e inovação, pois as inspirações do empreendedor gera em seu interior uma motivação para o desenvolvimento de negócios. E, portanto, como característica do perfil empreendedor é de que é um ser em constante movimento, pôde-se perceber que essa dinâmica transformou a forma de se aplicar os estudos de empreendedorismo adaptado a realidade do perfil empreendedor.

Seria muito difícil com a agilidade de decisões do empreendedor, a necessidade de buscas de conhecimentos aplicáveis à prática, um perfil de ensino que não fosse moldado para esse perfil de estudante com sangue profissional.

A construção dos CE's foi se espalhando de modo que com a cultura empreendedora e a academia pudessem ambos se complementarem unindo infra-estruturas e recursos humanos para oportunidades de negócios, foi a soma tangencial de conhecimentos especializados provocados por docentes extremamente capacitados pelos seus estudos sistematizados, com o mundo experimental, produtivo e dinâmico do acadêmico empreendedor.

A participação vista dos CE's estudados como objeto de estudo de nossa pesquisa repercutiu numa construção de conhecimentos que possibilitaram formas reais de construções de oportunidades através dos mais diversos programas empreendedores. Prova disso, foi o destaque provocado pela atividade da TECH, centro de empreendedorismo da Harvard que apresentou em seu portfólio de atividades o jantar dos jovens diretores de empresas, quando neste evento reúnem através do programa internacional, amplas possibilidades de interação entre empresários e estudantes empresários, fortalecendo a interrelação de trocas de experiências e negócios.

Pode-se destacar para Terry College o excelente programa de Companheiros do Vale do Silício, atividade que permite jovens acadêmicos de empreendedorismo alcançarem experiências com os destacados capitalistas do mundo através de uma seleção prévia de estudantes que quando aprovados realizam uma viagem a Califórnia.

Ainda mencionando a faculdade Terry, o que se chama bastante atenção também é o programa para empreendedores ligados ao segmento da música. Programa este, que tem por exclusividade o foco àqueles acadêmicos que aspiram a serem líderes na indústria da música. Os alunos têm a oportunidade de aprender com especialistas da indústria da música, incluindo artistas e gestores, enquanto ganha experiência prática de coordenação e eventos de marketing.

Frente as renomadas faculdades de empreendedorismo e seus centros citamos em patamar também bastante elevado de renome a Fundação Getúlio Vargas, que representada pelo seu centro, *FGVceen* possui diversos programas e atividades que alcançam notáveis resultados para seu corpo discente, produzindo viagens internacionais de negócios e diversos workshops e treinamentos, representados estes pela Semana de Empreendedorismo da FGV, Semana Global de Empreendedorismo e rodadas práticas de negócios.

A proposta de Centros de Empreendedorismos junto às universidades e empresas para atender demandas locais ligadas ao tema, é de

suma importância pela construção do conhecimento e desenvolvimento econômico-social, é a forma de preparar jovens ativos com capacidades empreendedoras a suprir parte da cadeia econômica de uma sociedade, pois gera empregos, negócios, inovações e oportunidades.

Diante disto, extraímos que a formação de Centros de Empreendedorismos tem em seu escopo, elementos-chaves para sua existência: acadêmicos, professores, programas de empreendedorismos, sociedade e empresas. Quanto aos programas, pode-se mencionar que são umas das engrenagens mais necessárias para motivação e existência de um Centro Empreendedor, pois constrói sólidos conhecimentos para comunidade pela troca de experiências.

### ***Referências bibliográficas***

AMÓRÓS, José Ernesto; BOSMA, Niels. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Relatório Global do GEM**. Extraído em <<<http://ois.sebrae.com.br/publicacoes/gem-global-report/>>>. Acesso em: 10 jul. 2014.

ANDREASSI, Tales. **O FGV Cenn**. Extraído em <<<http://cenn.fgv.br/pt-br/apresentacao>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A., **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica**. RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, out./dez. 2008. Disponível em: <<<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/05.pdf>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

BESSAN, J.; TIDD J, **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ETZKOWITZ, Henry; Loet Leydesdorff. **The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations**. [S.L.] Revista Research Policy 29 (2000). 109–123. Disponível em <<[http://www.chss.uqam.ca/Portals/0/docs/sts8020/\(20\)Etzk-Leides.Triple.Helix.pdf](http://www.chss.uqam.ca/Portals/0/docs/sts8020/(20)Etzk-Leides.Triple.Helix.pdf)>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

FILION, L. J. **Empreendedorismo, empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999. Extraído em <<[http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num\\_artigo=102](http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=102)>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

GARTNER, WILLIAM B.; VESPER, KARL H.: **Measuring progress in entrepreneurship education**. Journal of Business Venturing, 12: 403-421, 1997. Extraído em: <<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902697000098>>> Acesso em: 09 jul. 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2013** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores: Mariano Macedo Matos... [et al] -- Curitiba: IBQP, 2013. Extraído em <<[http://www.ibqp.org.br/upload/tiny\\_mce/GEM\\_2013\\_-\\_Livro\\_Empreendedorismo\\_no\\_Brasil.pdf](http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/GEM_2013_-_Livro_Empreendedorismo_no_Brasil.pdf)>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

GLOBAL UNIVERSITY ENTREPRENEURSHIP SPIRIT STUDENTS SURVEY – GUESSS. **Intenções e atividades empreendedoras dos estudantes universitários**. Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011. Caderno de pesquisa n. 2011-01. Extraído em <<<http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/finalissimo-Relatorio-GUESSS-Brasil.pdf>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

HASHIMOTO, Marcos. **Um retrato dos centros de empreendedorismo nas IES brasileiras**. Pequenos Negócios: Desafios e Perspectivas: Educação Empreendedora / Carlos Alberto dos Santos, coordenação. Brasília: SEBRAE, 2013. p. 151 - 165. Disponível em: <<[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7a3e62cf2f52e98b5f154e3518c39e2/\\$File/4386.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7a3e62cf2f52e98b5f154e3518c39e2/$File/4386.pdf)>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

KATZ, Jerome A. **The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876–1999**. Journal of Business Venturing, 18: 283 – 300, 2003. Extraído em <<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902602000988>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

KURAKTO, Donald F.; **Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21<sup>st</sup> century**. Coleman Foundation White Paper Series for the U.S. Association of Small Business & Entrepreneurship, 2003. Extraído em <<[http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep\\_research/e\\_ed.pdf](http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_ed.pdf)>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

LONG, WAYNE A.; McMULLAN, W ED. **Entrepreneurship Education in the nineties**. Journal of Business Venturing, 2: 261-275, 1987. Extraído em <<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0883902687900139>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

MARTINZ, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2a. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MENZIES, Teresa V. **University-Based Entrepreneurship Centers: Frameworks for analysis.** USASBE Conference Proceedings, pp. 1-16, 2009. Extraído em <<<http://sbaer.uca.edu/research/usasbe/2009/PaperID205.pdf>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

MILLER, A. & MELHADO, J. P. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras.** São Paulo: Endeavor Brasil. 2012. Extraído em <<<http://www.endeavor.org.br/artigos/estrategia-crescimento/cenarios-e-tendencias/o-empreendedorismo-nas-universidades>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA O EMPREENDEDORISMO E A INOVAÇÃO – EI. **Guia Prático do Empreendedor.** Extraído em: <<<http://www.ei.gov.pt/files/institucional/5guiapraticoempreendedor.pdf>>> Acesso em: 10 jul. 2014.

RIBEIRO, Ricardo L.; ARAUJO, Elvira A. S.; OLIVEIRA, Edson A. A. Q.; **A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora.** The 4th International Congress on University-Industry Cooperation – Taubate, SP – Brazil – December 5th through 7th, 2012. Extraído em << [www.unitau.br/unindu/artigos/pdf387.pdf](http://www.unitau.br/unindu/artigos/pdf387.pdf) >>. Acesso em: 15 jun. 2014.

SÁBATO, Jorge A. **El pensamiento latinoamericano en la problemática ciencia-tecnología-desarrollo-dependencia** / Jorge A. Sabato ; con prólogo de Horacio González y Lino Barañao. - 1a ed. - Buenos Aires: Ediciones Biblioteca Nacional, 2011. Extraído em <<<http://www.mincyt.gov.ar/adjuntos/archivos/000/022/0000022594.pdf>>>. Acesso em; 09 jul. 2014.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S.; **The Promise of Entrepreneurship as a Field of research.** Academy of Management Review, 25: 217-26, 2000. Extraído em <<[http://business2.fiu.edu/1660397/www/Definitions%20of%20Entrepreneurship/Shane\\_Venkataraman\\_2000.pdf](http://business2.fiu.edu/1660397/www/Definitions%20of%20Entrepreneurship/Shane_Venkataraman_2000.pdf)>>. Acesso em: 09 jul. 2014

SCHUMPETER, Joseph A.; **Teoria do desenvolvimento econômico.** Rio de Janeiro, Fundo de Cultura, 1961.

TECHNOLOGY AND ENTREPRENEURSHIP CENTER - HARVARD. **About us, activities.** Extraído em <<<http://tech.seas.harvard.edu/>>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE – UFS. **Conheça a UFS.** Extraído em <<<http://divulgacoes.ufs.br/pagina/conhe-ufs-2517.html>>>. Acesso em: 09 jul. 2014

UNIVERSITY OF GEORGIA. Terry College of Business. **Entrepreneurship Program.** Extraído em <<<https://www.terry.uga.edu/academics/entrepreneurship>>>. Acesso em: 09 jul. 2014

VENKATARAMAN, S. **The distinctive domain of entrepreneurship research Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth.** Volume 3, pages 119-138. JAI press inc,1997. Fragmento de livro. Extraído em <<[http://www.researchgate.net/publication/228316384\\_The\\_Distinctive\\_Domain\\_of\\_Entrepreneurship\\_Research](http://www.researchgate.net/publication/228316384_The_Distinctive_Domain_of_Entrepreneurship_Research)>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de pesquisa em administração.** 11. ed. - São Paulo: Atlas, 2009.