



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS DE CHAPECÓ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

THAYLAN NAGI FERREIRA

**DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE INOVAÇÃO ATRAVÉS DE
EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO EM CHAPECÓ**

CHAPECÓ

2023

THAYLAN NAGI FERREIRA

**DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE INOVAÇÃO ATRAVÉS DE
EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO EM CHAPECÓ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Administração da Universidade Federal
da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Humberto Tonani Tosta

**CHAPECÓ
2023**

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Ferreira, Thaylan Nagi
DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE INOVAÇÃO ATRAVÉS
DE EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO EM CHAPECÓ / Thaylan Nagi
Ferreira. -- 2023.

80 f.

Orientador: DOUTORADO Humberto Tonani Tosta

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2023.

1. Inovação. 2. Empreendedorismo. 3. Competências. 4.
Competências. I. Tosta, Humberto Tonani, orient. II.
Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

Elaborada pelo sistema de Geração Automática de Ficha de Identificação da Obra pela UFFS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

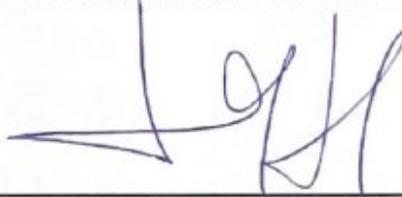
THAYLAN NAGI FERREIRA

**DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE INOVAÇÃO ATRAVÉS DE
EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO EM CHAPECÓ**

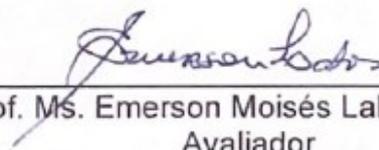
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de administração da Universidade Federal
da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para
obtenção do título de bacharel em Administração.

Este trabalho de conclusão foi defendido e aprovado pela banca em 03/07/2023.

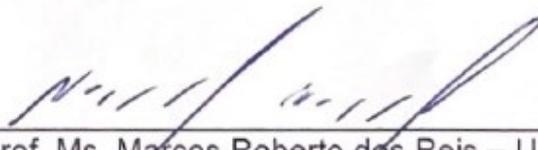
BANCA EXAMINADORA



Orientador Prof.^a Dr. Humberto Tonani Tosta – UFFS
Orientadora



Prof. Ms. Emerson Moisés Labes - UFFS
Avaliador



Prof. Ms. Marcos Roberto dos Reis – UFFS
Avaliador

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar meus sinceros agradecimentos a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho. Primeiramente, sou grato ao meu orientador, por seu apoio e orientação ao longo do processo de pesquisa. Sua expertise e orientações valiosas foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Agradeço também à minha instituição de ensino e ao corpo docente do curso, por fornecerem as ferramentas necessárias para a minha formação acadêmica e por promoverem um ambiente propício para o aprendizado e o crescimento pessoal.

Gostaria de estender meus agradecimentos aos participantes da pesquisa, cujas contribuições foram essenciais para a coleta de dados e a obtenção de resultados significativos. Sua disposição em compartilhar suas experiências e perspectivas enriqueceu este estudo.

Não posso deixar de agradecer aos meus pais e amigos pelo constante apoio e principalmente para minha namorada Tainara Baú, que me deu, encorajamento e compreensão ao longo do final desta jornada acadêmica. Seu suporte emocional e incentivo foram pilares importantes para superar os desafios e perseverar até a conclusão deste trabalho.

Por fim, expresso minha gratidão a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para este trabalho, mesmo que não mencionados nominalmente. Cada palavra de encorajamento, conselho e suporte foi inestimável.

Este trabalho não teria sido possível sem o apoio e colaboração de todos vocês. Muito obrigado!

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.” (Arthur Schopenhauer)

RESUMO

Para impulsionar o desenvolvimento de atividades inovadoras, organizações utilizam de diferentes instrumentos, na busca de incentivo para o desenvolvimento de atividades de pesquisa e extensão. Instituições de ensino superior desempenham um papel fundamental ao incentivar a inovação por meio de eventos práticos de empreendedorismo que promovem a integração entre o meio acadêmico e profissional, fortalecendo o ecossistema inovador regional. Deste modo, é fundamental o estudo sobre quais competências, são desenvolvidas em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, pois estão diretamente ligados ao ecossistema local de desenvolvimento de conhecimento inovador. Este estudo de caso, tem como objetivo geral compreender como os eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, atuam no desenvolvimento de competências de seus participantes. Para chegar a este objetivo, realizou-se uma pesquisa aplicada, com abordagem qualitativa, descritiva, sendo bibliográfica e um estudo de caso, onde a coleta de dados deu-se através de questionários estruturados, aplicados para participantes de eventos da cidade de Chapecó. Os resultados indicam que existe uma relação direta do perfil de participantes antes dos eventos, e suas percepções de desenvolvimento de competências após eventos, 81% dos pesquisados acreditam ter desenvolvido alguma competência. Essas relações influenciam na classificação particular por parte dos participantes, diante seu entendimento de evolução de competência, trazendo informações valiosas para o conhecimento do perfil dos participantes. Destaca-se que os aspectos deste estudo, também apresentam a dimensão dos ambientes de inovação dispostos no município estudado.

Palavras-chave: Eventos de curta duração. Inovação. Competências. Habilidades.

ABSTRACT

To boost the development of innovative activities, organizations employ different tools in search of incentives for research and extension activities. Higher education institutions play a crucial role in encouraging innovation through practical entrepreneurship events that promote integration between academia and the professional sphere, strengthening the regional innovative ecosystem. Therefore, studying the competencies developed in short-term innovation and entrepreneurship events is essential as they are directly linked to the local ecosystem of innovative knowledge development. This case study aims to understand how short-term innovation and entrepreneurship events contribute to the development of participants' competencies. To achieve this objective, an applied research was conducted, employing a qualitative and descriptive approach, including a literature review and a case study. Data collection was performed through structured questionnaires administered to participants of events in the city of Chapecó. The results indicate a direct relationship between participants' profiles before the events and their perceptions of competency development afterwards. 81% of the respondents believe they have developed some competencies. These relationships influence participants' individual assessments of competency evolution, providing valuable information about their profiles. It is worth noting that this study also highlights the dimension of innovation environments within the studied municipality.

Keywords: Short-term events. Innovation. Competencies. Skills.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dimensões de inovação.....	15
Quadro 2 - Tipos de Hackathon	26
Quadro 3 - Categorias de competência.....	29
Quadro 4 - Comparação de Competências	36
Quadro 5 - Resultados da avaliação.....	51
Quadro 6 - Resultados da pesquisa com filtro de participantes.....	54

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1. OBJETIVOS	12
1.1.1. Objetivos gerais.....	12
1.1.2. Objetivos específicos.....	12
1.2. JUSTIFICATIVA.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1. INOVAÇÃO	14
2.1.1 Tipos de inovação.....	17
2.2. INOVAÇÃO NAS UNIVERSIDADES.....	18
2.3. EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO	23
2.3.1. Startup Weekend	24
2.3.2. Hackathon	25
2.4. COMPETÊNCIAS E HABILIDADES.....	27
2.4.1. Competências para inovação	28
3. METODOLOGIA	32
3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	32
3.2. OBJETO DE ESTUDO	33
3.3. TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....	34
3.4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	35
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	38
4.1 AMBIENTES DE INOVAÇÃO EM CHAPECÓ.....	38
4.2 OS EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO EM CHAPECÓ.....	40
4.2.1 Startup Weekend	40
4.2.2 Desafio Empreende UFFS.....	42
4.2.3 Hackathon	43
4.2.4 Maratona de inovação	44
4.2.5 Maratona de programação	45
4.3 PERFIL GERAL DOS PARTICIPANTES	46
4.4 PERCEPÇÕES DE COMPETÊNCIAS DO EVENTO.....	50
4.5 DISCUSSÃO DE RELAÇÃO ENTRE PARTICIPAÇÕES	54
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS	61
APÊNDICE	67

1. INTRODUÇÃO

Diante ao cenário mundial de importante flexibilização de mercado e inovação contínua, na realidade pós pandêmica, a inovação e suas atividades têm características segundo Engel e Schneider (2022) embasadas em um trabalho de âmbito científico aliado a um trabalho de âmbito tecnológico. Juntos fundamentam uma espécie de lastro ou eixo central, dos meios de evolução dos países, representando um maior poder competitivo e produtivo de cunho Inter territorial.

Diante a este cenário, a ligação entre a ciência e tecnologia, são os impulsionadores na busca de inovação desde antes dos dias atuais. Conforme a ideia proposta pelo Manual de Oslo (OCDE, 2005), para implementar uma possível inovação, as atividades devem passar por etapas de pesquisa científica, de pesquisa tecnológica, financeiras e comerciais, para sim terem êxito em seu princípio inovativo. Deixando assim, entendido que as referências na busca pela inovação contínua ainda são basicamente as mesmas com o passar dos anos.

Entretanto, para alcançar objetivos de inovação, as organizações necessitam se munir com pessoas que façam a ponte dentro do meio organizacional com habilidades para desenvolver o trabalho científico e tecnológico. Júnior e Fargoni (2020) apontam que a intersecção entre quem precisa de habilidades e quem tem objetivo de inovação, tem êxito na busca dentro das universidades, em especial aquelas que tem setores dedicados à produção de conhecimento, e afirmam que a união de informação e tecnociência configuram a produção do capitalismo social, sendo assim transmitem a importância de buscar o conhecimento e inovação direto nos centros de ensino que fortalecem a geração do valor do conhecimento.

Em conexão com o apresentado por Junior e Fargoni, Escobar (2019) apresenta o relatório da empresa Clarivate Analytics publicado no Portal da USP, onde afirma que 60% da ciência nacional, está sendo desenvolvida dentro de 15 universidades públicas espalhadas pelo país. Nesta visão, a universidade acaba tendo um papel fundamental no desenvolvimento de inovações e também de atividades práticas ligadas às necessidades sociais e de mercado como eventos de curta duração, corroborando com o desenvolvimento de movimentos de empreendedorismo (AVENI; MELLO; MEDEIROS, 2017).

Tais atividades práticas de inovação, vem ganhando popularidade nos meios acadêmicos e profissionais, numa visão de ecossistema como afirma Aldrwin Farias Hamad (2020, p.17), “Soluções como *Hackathons* e *Startup Weekends* promovem concursos em forma de competição em diversas cidades do mundo”, popularizando de certa forma movimentos de inovação para com a comunidade acadêmica, e apresenta algumas estruturas de eventos de curta duração. Como estes eventos têm ampla abrangência com significativa representatividade, sobretudo com presença maciça no meio acadêmico (MORREIRA; PIURCOSKY; DA SILVA; JÚNIOR; CALEGARIO, 2017), é importante verificar que competências podem ser desenvolvidas através destas iniciativas.

Diante a importância do desenvolvimento de ciência e inovação, visto que os principais geradores estão localizados dentro das universidades, movidos por eventos internos e também externos ao meio universitário, que promovem o engajamento e envolvimento do ambiente acadêmico através de eventos, a presente pesquisa busca entender: **Quais competências, são desenvolvidas em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração?**

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivos gerais

Compreender como os eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, realizados pelas diversas instituições localizadas na cidade de Chapecó – SC, que atuam no desenvolvimento de competências de seus participantes.

1.1.2. Objetivos específicos

- a) Estudar os eventos de curta duração que ocorrem em Chapecó;
- b) Identificar características que conceituam as competências para inovação;
- c) Apresentar os ambientes disponibilizados na cidade de Chapecó para a produção de inovação, e empreendedorismo;
- d) Mapear as percepções de competências desenvolvidas em eventos de curta duração.

1.2. JUSTIFICATIVA

Em relação às mudanças recorrentes no comportamento das organizações e a constante busca de evolução e inovação do mercado, Avellar (2009, p. 629), expõem que na busca por acelerar o desenvolvimento de atividades inovativas, pode se fazer a utilização de diversos instrumentos, estes que por suas vezes, derivam de várias fontes de subsídios e atividades intensivas de pesquisa e desenvolvimento. Nesse sentido, a utilização de instrumentos para inovação por instituições de ensino superior, exercem seu papel fundamental no que diz respeito a ações pedagógicas de construir o incentivo à inovação (PEREIRA; MERCURI; BAGNATO, 2010). Através destas ações pedagógicas, que visam contribuir para o ecossistema de inovação, concursos de inovação colaboram na integração e na construção de relacionamento do meio acadêmico com os meios profissionais, agregando na criação de valor do conhecimento.

Este estudo justifica-se na compreensão de como eventos de inovação de curta duração atuam no desenvolvimento acadêmico e profissional de seus participantes. Após a pandemia COVID-19, o ensino teve que se adaptar e passar por mudanças, variadas metodologias foram revisadas e adaptadas para um conceito de aulas remotas durante certo período. Seguindo as adaptações de ensino o ambiente de trabalho também ficou mais exigente e rigoroso, segundo Avelino e Mendes (2020, p. 59), o mercado de trabalho busca cada vez mais um profissional “[...] protagonista, empreendedor, com espírito de liderança [...]”, vindo de encontro com algumas contribuições desenvolvidas em tais eventos, que segundo Hamad (2020) fortalecem os níveis de desempenho dos acadêmicos diante a habilidades de resolução de problemas, gerenciamento de projetos e trabalho em equipe.

Portanto, perante as constantes flexibilizações dos meios de aprendizagem, “os métodos aplicados e o modo como professores e alunos interagem constituem uma base de aprendizado e, assim, possibilitam a formação de competência em inovação” (HAMAD, 2020, p. 49). Dessa forma, apresenta-se a importância de entender como as instituições de ensino podem agregar no conhecimento tácito e explícito de seus acadêmicos através do incentivo a participação em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração. Ademais, conhecer como o ecossistema dos eventos contribuem no desenvolvimento de inovação e conhecimento para seus participantes.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. INOVAÇÃO

Inicialmente sobre o conceito de inovação, definições e percepções para este termo são apresentadas por diferentes autores, que, em suma, seguem o mesmo senso filosófico sobre o assunto. Para Drucker (1986, p.39) “A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. É o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza. A inovação de fato cria um recurso.”. Outro conceito amplamente aceito é disposta pelo Manual de Oslo, na qual inovação é um processo contínuo e está ligada a:

[...] implementação de um novo produto (bem ou serviço) ou significativamente melhorado, ou a um processo, ou um novo processo de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. (OCDE; FINEP, 2005,).

Para Padua Filho (2016, p.10) a inovação está ligada a “[...] introdução de uma ideia, produto, modelo de negócio, capaz de gerar melhorias com resultados para a empresa, e/ou cliente e/ou sociedade”. Desse modo, a inovação figura-se como um processo dinâmico de implementações que segue uma lógica sistemática de possíveis atualizações com o passar do tempo.

Schumpeter (1998) propõe, que diante a evolução e aparecimento de novos produtos ao mercado, a concorrência dos novos com os antigos, causam efeitos financeiros em empresas de filosofias ultrapassadas, propondo que existe uma margem para inovação que altera a demanda dos consumidores em seu favor através da competição entre empresas.

Em relação às características da inovação, o Manual de Oslo (OCDE, 2005), discute os três possíveis graus de novidade, nas quais a inovação se apresenta diante seu propósito, sendo assim ela pode ser: “Nova para a empresa”, “Nova para o mercado” e “nova para o mundo”. Neste aspecto, Philippi Junior e Silva Neto (2011), abordam esta presença constante nas relações empresariais, onde o nível de inovação aplicado por uma instituição pode ser mensurado a um nível de novidade e difusão, trazendo a possibilidade de outras empresas já utilizarem do mesmo degrau de inovação. Sendo assim, o que reflete como inovação para uma empresa, pode não

necessariamente se configurar nova para o mercado pois o termo inovação não se refere a algo de escala inédita em percepção global, mas sim de algo que gera um novo movimento dentro dos setores (FILHO, 2016).

Quanto a isso, o Manual de Oslo (OCDE, 2005) complementa a inovação, como a possibilidade de criação de uma mudança que seja disruptiva para o ambiente e o tempo. Desta forma classifica o impacto, da ação inovadora sobre o chão do mercado e suas raízes, mensurando o quanto os ramos econômicos e empresariais do mercado sofrem sobre sua pressão, a qual gera, novas oportunidades de mercado e também torna produtos e serviços dispensáveis e obsoletos perante a inovação.

Carvalho, Reis e Cavalcante (2011), abordam a inovação como ligada diretamente a algo que da entrada no mercado e diante sua propagação gera impacto vantajoso em seu ramo de atividade comparado os demais competidores. Já para Keeley, Pikkell, Quinn e Walters (2015, p. 5), “Inovação é a criação de uma oferta nova e viável”, neste sentido, a inovação está centrada no objetivo de ofertar soluções eficientes e inteligentes que venham a suprir necessidades complexas simplificando transposições (KEELEY; PIKKEL; QUINN; WALTERS 2015).

Adicionalmente, o Manual de Oslo (OCDE, 2005), apoia que a inovação pode se diferenciar e reconhecida em algumas dimensões, cada uma com um objetivo e meio de geração de oportunidades, seguindo a linha de cinco tipos de inovação:

Quadro 1 - Dimensões de inovação

1. Inovação de Produtos	Inserção de um novo ou melhorado bem e serviço
2. Inovação de processos	Introduzem novos métodos de produção e técnicas
3. Abertura de novos mercados	Atuam na diferenciação de produtos que aumenta a demanda dos produtos já existentes
4. Desenvolvimento de novas fontes provedoras de matérias-primas e outros insumos	Flexibilização organizacional na busca de redução de custos e eficiência nos processos
5. Criação de novas estruturas de mercado em uma indústria	Melhoramento de processos disponibilizam novas portas para desenvolvimento de produtos

Seguindo parte deste modelo, Porto (2013, p.19) retrata a inovação diante o meio empresarial, onde “[...] as organizações devem estar preparadas para inovar não só nos produtos e serviços, mas, complementarmente, no modelo de negócios”. Dessa forma, a inovação pode partir diante a introdução de um novo produto ou serviço no mercado, que apresente melhorias técnicas e características, para que na visão do consumidor, esta novidade lhe represente um nível de melhoramento significativo perante os semelhantes que têm à disposição.

Perante a ambientes muito dinâmicos, a inovação também atua através do melhoramento de processos. Ela proporciona a empresa vantagens competitivas, que pode ser baseada na implantação de um novo método de produção, novas técnicas de trabalho, equipamentos ou softwares otimizados, impactando diretamente em maiores possibilidades de lucro (DOS SANTOS; FAZION; MEROE, 2011).

Sanmartin (2012), aponta a criatividade como parte assídua da inovação, empresas que desenvolvem a habilidade de tomar decisões sem apoio a padrões de mercado e assumem possíveis riscos financeiros, conseguem adentrar em oportunidades ainda não exploradas e demonstram que estão à frente de seu tempo na busca de romper a barreira da inovação. Além disso, a inovação pode ser vista e analisada por outra ótica, onde níveis de competitividade e diferenciais de mercado atuam para preencher os espaços deixados pela concorrência. Para isso, Porto (2013, p.19) afirma que

A inovação deve oferecer a seu consumidor a possibilidade de fazer algo que antes ele era incapaz de realizar, seja pela falta de recursos ou pela complexidade do produto. Assim, a melhor maneira de se pensar na inovação é identificar as lacunas deixadas por produtos e serviços até então oferecidos ao mercado, em termos de suas funções.

Adicionalmente a inovação pode partir de alguns tipos, e também pode ser vista conforme dois níveis de perspectivas, a primeira reproduz de ordem macroeconômica a capacidade organizacional, governamental ou social de implementar mudanças e evoluções perante as estruturas complexas do mercado e da indústria. O segundo nível se apresenta na forma de micro perspectiva, e orienta-se através da capacidade das organizações sofrerem mutações internas, fortalecendo a influência da inovação em seus recursos de marketing, habilidades gerenciais, capacidades estratégicas e conhecimento.

2.1.1 Tipos de inovação

Diante da perspectiva de mudança contínua dos mercados, analisar os tipos de inovação existentes, fortalecem o grau de entendimento a respeito dos diferentes ambientes em que a inovação, pode se demonstrar presente, visto suas especificidades (CARVALHO; REIS; CAVALCANTE, 2011). São quatro os tipos de inovação definidos que juntos fazem parte do conjunto de possibilidades relacionados a empresas, inovação de produto, de processo, de marketing e inovação organizacional (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005).

A inovação de produto, reflete de modo geral a inserção no mercado de um produto sendo ele bem material ou serviço, que tenha como característica alguma melhoria notável, mudança de especificações de mercado e ou melhora no que concede às suas características e funcionalidades, podendo ser desde sua matéria prima até inserção de novos softwares que venham a estar presente no produto final, em relação a serviços, melhorias no sistema de oferta e práticas do serviço prestados, são classificadas como possíveis inovações (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005).

Quanto à inovação por processo, ela está relacionada com o departamento de produção e ou distribuição com ênfase na redução de custos e melhorias na entrega (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005). Novas técnicas de produção, máquinas e equipamentos informatizados, utilização de softwares são exemplos de inovações que podem ser utilizadas no meio processual. Diante a área de logística e de suporte administrativo implementações com foco em otimização, nas áreas de tecnologia da informação, manutenção, financeiro e compras, também são admitidos como inovações de processo (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005).

Com foco voltado a uma melhor experiência e atendimento a demanda, o Manual de Oslo (OCDE, 2005), explica a inovação de marketing como uma mudança de estrutura visual do produto com direção na ampliação de possibilidades de aceitação do mercado, posicionando seu produto de modo a atender a necessidade do mercado externo e alavancar as vendas. Como característica pontual, a inovação de marketing, preferencialmente não deve repetir ações já abordadas pela empresa, buscando uma distinção das fórmulas já utilizadas, de modo a criar um novo conceito. Dentro disso, mudanças de imagem ou preço de cunho sazonal, não competem a empresa inovação de marketing, tal mudança somente fica evidenciada quando se utiliza de métodos para tal aplicação (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005).

Por fim, a inovação organizacional configura mudanças praticadas nas relações internas e externas da empresa, relacionadas às rotinas de trabalho, satisfação no trabalho e implementação de métodos organizacionais que não tenham sido utilizadas anteriormente pela organização. (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005). Mudanças no modelo de distribuição do trabalho, incentivo ao compartilhamento de aprendizados e descentralização/centralização da tomada de decisões também podem se caracterizar como pontos de inovação organizacional, desde que sigam parâmetros de novidade. Contudo, a compra ou venda de departamentos ou da organização por inteira, não compete como inovação organizacional, mesmo que seja pela primeira vez, somente poderia ser classificada como inovação, se dentro desta movimentação, fosse criado ou adotado um novo método organizacional (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005).

2.2. INOVAÇÃO NAS UNIVERSIDADES

As atividades de inovação, dependem basicamente da confiança de sua relação com as fontes de informação, conhecimento, tecnologias, práticas e recursos humanos e financeiros (MANUAL DE OSLO; OCDE, 2005). Dessa maneira, pode-se partir do pressuposto que uma base de informações confiável, serve como conexão entre atores do sistema de inovação, para com a firma inovadora que busca resultados.

No âmbito de incentivo, no Brasil a lei nº 13.243 de 11 de janeiro de 2016, discorre a respeito de incentivos à inovação e pesquisa científica tecnológica. A legislação, promove medidas que visam estimular a inovação e a pesquisa científica e tecnológica no contexto produtivo, com o objetivo de fortalecer a capacitação tecnológica, alcançar a autonomia tecnológica e impulsionar o desenvolvimento do sistema produtivo em âmbito nacional e regional (BRASIL, 2016). Neste sentido, a lei fomenta a criação de pontos focais ou núcleos de inovação, trazendo assim as instituições universitárias como principais exemplos de ambientes.

Dos Santos, Fazion e Meroe (2011), expõem que principalmente o conhecimento encontrado nas universidades, e organizações parceiras de pesquisa e desenvolvimento fazem parte do processo de inovar através da conectividade com a geração de pesquisa. Na mesma direção, Lopes, Ferrarese e Carvalho (2017, p. 654) conceituam que “[...] o envolvimento das universidades é um fator-chave para o

aumento da competitividade em um ambiente globalizado, especialmente no que diz respeito à busca por inovação”.

Diante da situação, demonstra-se indispensável o envolvimento de centros universitários para com o desenvolvimento de inovação, através da ciência, pesquisa e eventos de extensão curricular, de modo que em aspectos de cunho educacional apontam que “[...] inovar significa empregar as modernas tecnologias educacionais para tornar mais significativas as situações de aprendizagens [...]” (PEREIRA; MERCURI; BAGNATO, 2010, p. 202), trazendo à tona a realidade expressa por Junior e Fargoni, (2020, p.427) onde,

[...] a universidade como lócus de ensino, pesquisa e inovação, além de desempenhar papel crucial no campo científico, é polo propulsor crítico e de progresso societal, corroborando na mentalidade analítica humana dentro da sociedade civil enquanto se tornam os pilares epistemológicos da esfera científica. Isso faz com que os pesquisadores e agências que fomentam a tecnociência comercializem ainda mais conhecimentos.

Porto (2013), ressalta que tais lócus de ensino citados por Junior e Fargoni, normalmente abrangem diversas disciplinas na pesquisa e ensino, de modo que as universidades desempenhem suas pesquisas no viés de cooperação com empresas de cunho privados, com o objetivo de troca e compartilhamento de tecnologia, criando assim centros multidisciplinares e polivalentes de pesquisa, que orientam a educação empreendedora e desenvolvem inovação.

Nesse sentido, a execução de parcerias voltadas para estratégias de inovação, incentiva organizações e empresas a utilizarem como fonte de obter ciência tecnológica, contratos de transferência de pesquisa e desenvolvimento com universidades de modo a promover o desenvolvimento mútuo (SANCHES; MACHADO, 2014).

Nascimento e Labiak Junior (2011), abordam a atitude inovadora a qual universidades tem se pautado nas últimas décadas, e sustenta a abertura de espaço, em suas estruturas e relacionamentos externos, para o desenvolvimento de projetos de empreendedorismo/incentivo acadêmico para a pesquisa e desenvolvimento. O retorno esperado de tal abertura é atrelado a mudança de paradigma no histórico dos acadêmicos, na qual instiga o pensamento criativo e favorece a criação de empresas inovadoras e conseqüentemente comunidades pautadas no empreendedorismo inovador (NASCIMENTO; LABIAK JUNIOR, 2011).

Philippi Junior e Silva Neto (2011) discorrem a universidade com relação ao desenvolvimento local, que se sustenta sobre o ponto focal do conhecimento diante da era pós-industrial, a universidade como instituição promotora de inteligência, apoia-se na premissa de que níveis mais avançados de inovação, estão diretamente relacionados ao aumento da diversidade curricular na fronteira científica. Chiarini e Vieira (2012) complementam tal abordagem, trazendo a universidade como precursora no papel social de disseminação de conhecimento.

Todavia Senhoras (2012 p.18), amplia que “[...] inovação em universidades representa um meio para impulsionar o desenvolvimento de competências institucionais baseada em iniciativas reticulares de estruturação [...]”, de modo a demonstrar maior cunho competitivo perante forças propulsoras de inovação, compartilhando os resultados com as comunidades externas do meio acadêmico universitário e empresas de âmbito privado. Para Padua Filho (2016), tal inovação está presente na gestão do conhecimento adquirido em ambientes propícios para seu desenvolvimento e ou no mundo acadêmico, que ademais também representa uma forma de alavancagem empresarial perante o mercado.

Bobsin, Oliveira, Casagrande, Alfonso e Silva (2020), aborda a universidade como rota de desenvolvimento do ecossistema inovador, perante a comunidade e o meio econômico social. Os autores ainda salientam, que são duas dimensões que compõem tal ecossistemas, sendo uma delas os espaços físicos dedicados, e a outra as formas de promover e movimentar o empreendedorismo (BOBSIN; OLIVEIRA; CASAGRANDE; ALFONSO; SILVA, 2020). Para Tavares, Philippi e Porto (2021), tal ecossistema faz ligação direta com integrações externas a universidades, caracterizando os pontos de troca, entre as demandas de pesquisa e desenvolvimento.

Como formas de promover e movimentar o empreendedorismo, a relação empresa e universidade surge como a principal percepção da difusão de incentivo, pesquisa e resultados (TAVARES; PHILIPPI; PORTO, 2021). Chiarini e Vieira (2012, p.119) expõem que a “[...] relação universidade-empresa, em um Sistema de Inovação, fomenta transbordamentos de conhecimento provenientes da pesquisa e desenvolvimento [...]”, deste modo a universidade como ambiente promotor de qualificação, opera acelerando a inserção de produção de conhecimento no meio econômico, e cria gatilhos para sua utilização para com o meio empresarial.

De maneira a criar um linear conectivo no processo de transbordamento de conhecimentos, cabe as instituições de ensino, optarem por modelos educacionais de inovação que fomentem uma maior participação dos alunos (MORÁN, 2015). Conforme proposto por Bacich e Morán (2018), estratégias movidas a metodologias ativas de ensino e extensão tem sido incrementada na dissolução de problemas através de projetos práticos, estudos de caso e modelos de jogos empresariais.

Similarmente, Bobsin, Oliveira, Casagrande, Alfonso e Silva (2020), ressaltam a ambientação de espaços dedicados para a aplicação de novas metodologias de ensino, tais espaços de âmbito físico já citados antes, refletem a estrutura de parques científicos e tecnológicos, de pesquisa e inovação. Segundo os autores, estes espaços modelam o envolvimento da comunidade perante fatores como:

1 - Participação de empresas de tecnologia e inovação: esse aspecto se refere à participação ativa e envolvimento de empresas que atuam no campo das tecnologias e inovação. Isso pode envolver o estabelecimento de políticas e programas que incentivem a participação dessas empresas em atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação, bem como a criação de parcerias entre o setor empresarial e o setor acadêmico para promover a transferência de conhecimento e tecnologia (BOBSIN; OLIVEIRA; CASAGRANDE; ALFONSO; SILVA, 2020).

2 - Relação com universidades e centros de pesquisa: essa dimensão destaca a importância da colaboração entre empresas e instituições acadêmicas e de pesquisa, como universidades e centros de pesquisa. Essa relação pode incluir a realização de projetos conjuntos de pesquisa, o compartilhamento de recursos e conhecimentos, a oferta de estágios e bolsas de estudo para estudantes e pesquisadores, entre outras formas de cooperação (BOBSIN; OLIVEIRA; CASAGRANDE; ALFONSO; SILVA, 2020).

3 - Serviços especializados qualificados: refere-se à disponibilidade de serviços especializados que apoiem as atividades de inovação e tecnologia das empresas. Isso pode incluir serviços de gestão da propriedade intelectual, que auxiliam na proteção e no gerenciamento de patentes e direitos autorais, acesso a redes internacionais e contatos com investidores, facilitando a busca por financiamento e oportunidades de negócios, e acesso a laboratórios de pesquisa e desenvolvimento compartilhados, que proporcionam infraestrutura e recursos para o desenvolvimento de novas tecnologias (BOBSIN; OLIVEIRA; CASAGRANDE; ALFONSO; SILVA, 2020).

4 - Espaços de convivência, descompressão e tecnologias limpas: essa dimensão aborda a importância de criar ambientes propícios para a inovação e a criatividade. Isso pode incluir a criação de espaços de convivência e colaboração, onde profissionais de diferentes áreas possam interagir e trocar ideias, bem como a promoção de práticas sustentáveis e tecnologias limpas, visando reduzir o impacto ambiental das atividades de inovação e tecnologia (BOBSIN; OLIVEIRA; CASAGRANDE; ALFONSO; SILVA, 2020).

5 - Acesso a redes locais e globais de negócios, ciência e tecnologia: isso se refere à importância de estabelecer conexões e parcerias com outras empresas, instituições de pesquisa e organizações tanto a nível local como global. O acesso a redes de negócios permite a troca de conhecimentos, a identificação de oportunidades de colaboração e a ampliação do alcance das empresas. Além disso, a participação em redes científicas e tecnológicas oferece acesso a informações atualizadas, tendências e avanços tecnológicos relevantes para a inovação (BOBSIN; OLIVEIRA; CASAGRANDE; ALFONSO; SILVA, 2020).

Ademais, no que tange ambientações e relacionamentos empresa e universidade, Tavares, Philippi e Porto (2021), ressaltam dificuldades de cooperação e troca, existentes dentro dos processos, sendo uma das principais dores, o objetivo de trabalho de cada parte, visto que as empresas tem como métrica maior desempenho e lucro, e as universidades se apoiam na estrutura de geração de conhecimento. Os autores ainda ressaltam de maneira simplificada em sua pesquisa, de forma sintetizada as dificuldades levantadas e no âmbito de universidades, a burocracia também aparece como empecilho e no âmbito empresarial contradições entre políticas reguladoras.

Portanto, de forma a analisar os construtos da inovação dentro das universidades, no ponto de vista de diferentes autores, fica evidente a parcela de importância perante o desenvolvimento da comunidade interna e externa a universidade, e o papel na intenção inovadora com a sociedade. Sendo assim, é possível desenhar um panorama de relações, desde o incentivo governamental, ao compartilhamento de conhecimento presente nas instituições de ensino, aplicação e desenvolvimento na parte tecnológica e ao desfecho empresarial que retorna como investimento para o meio universitário.

2.3. EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO

Proveniente da ideia de metodologias ativas de ensino, apresentada por Morán (2015, p. 19), “[...] o aprendizado se dá a partir de problemas e situações reais [...] que os alunos vivenciarão depois na vida profissional, de forma antecipada, durante o curso [...]”, neste sentido este tópico visa apresentar modelos de eventos de curta duração, focados na ideia do autor de problemas reais como forma de aprender antecipando possíveis realidades futuras através de projetos inovadores.

No que tange eventos de curta duração, Hamad (2020) aponta que em sua maioria seguem um padrão organizacional, fluindo na estruturação de uma equipe arranjada, de forma aleatória, onde tais equipes se desafiam e competem durante alguns dias, motivados pela oferta de um prêmio e possibilidades de escalonar na carreira através de um emprego. Eventos de inovação de curta duração, conforme Hamad (2020, p.20), são representados por *hackathons*, *Startup weekend*, *codefests*, *hack days*, *sprint*, *edit-a-thons*, *map-a-thons*, *jams*, dentre outros.

Eventos de curta duração para inovação, utilizam de metodologias ágeis e princípios de prototipagem imediatos sem perspectiva comercial imediata, assumindo falhas e projetando a necessidade de criatividade através de restrições (LEITE, 2019). Estes modelos têm por objetivo atrair pessoas com os mesmos interesses, para conectá-las com algo novo, no intuito de construir conexões e melhorar o conhecimento. Leite (2019), também aborda que habilidades de resolução de problemas, trabalho em equipe, gerenciamento de projetos e priorização de atividades, são as principais competências desenvolvidas pelos participantes.

Hamad (2020), amplia que os eventos são compostos por diferentes propósitos e formatos, e cabe a organização de cada um indicar seu caminho/trilha a seguir, mas que em sua maioria são operados de forma colaborativa entre equipes. O potencial competitivo destes eventos, abordados como “competições de ideias” corrobora com o tino criativo dos participantes, e os estimula no desenvolvimento de inovação, abrindo portas para diferentes possibilidades criativas (HAMAD, 2020).

Abaixo serão abordados dois modelos de eventos de curta duração, com o objetivo de apresentar algumas de suas respectivas características mais importantes e modelos de aplicação utilizados pela maioria das organizações.

2.3.1. Startup Weekend

O modelo Startup Weekend (SW), criado inicialmente pela Up Global (organização sem fins lucrativos dedicada ao fomento do empreendedorismo mundial, parceira do Google), gira em torno de um roteiro organizado para ser concluído em 54 horas, normalmente este evento tem duração de um final de semana, e começa na noite de sexta-feira (MOREIRA; PIURCOSKY; SILVA; JÚNIOR; CALEGARIO, 2017).

Dentro deste período, os participantes têm a oportunidade de apresentar suas ideias de empreendedorismo, constituírem equipes, desenvolverem os objetivos centrais de seu projeto, validá-los, criar um mínimo produto viável, monetizá-lo e por fim apresentar seus resultados aos jurados, que vão julgar a equipe vencedora. Este evento é principalmente centrado para o desenvolvimento de empreendedorismo, criação de negócios e inovação.

Porém, em sua essência o SW tem por objetivo impactar a comunidade e apoiar startups ao redor do mundo, a partir de iniciativas locais. Em 2015 a Up Global foi incorporada pela empresa Techstars, que é a principal licenciadora dos eventos de SW no mundo todo. Como é exposto no portal da Techstars, dentro de seus valores principais acreditam “[...] que a colaboração impulsiona a inovação”, e a base tecnológica por trás da inovação, é escrita através da história das pessoas, equipes e parceiros envolvidos no compartilhamento de experiências.

Silveira, Bizarrias e Carmo (2018) apontam que o SW, é mais do que um evento de empreendedorismo, pois os participantes são desafiados a realizar, e aprender enquanto fazem. O autor ainda salienta os efeitos benéficos da realização do SW para comunidade, que se beneficia da intenção empreendedora inovadora dos participantes e tem como resultado o compartilhamento da cultura perante o meio o qual os participantes frequentam (SILVEIRA; BIZARRIAS; CARMO, 2018).

Segundo a Tecstars (2023), já foram mais de sete mil eventos realizados pelo mundo com um parâmetro de mais de 400 mil participantes. Em sua essência, o programa tem a finalidade de desenvolver habilidades que são realmente necessárias para inovar. Partindo do pressuposto onde os participantes nunca estão sozinhos, pois tem orientações constantes de mentores, o SW, representa oportunidade para quem quer se conectar com pessoas enquanto desenvolve sua experiência no meio empreendedor com finalidade de desenvolver algo incrível (TECHSTARS, 2023).

2.3.2. Hackathon

Outro modelo de evento, classificado como de curta duração, os hackathons, às vezes chamados de "hack days", são eventos que tem foco em criar produtos ou softwares baseados em algum tema ou tecnologia específica, que estimulam a criatividade no processo de idealização do projeto (HAMAD,2020), este modelo de evento tem uma duração variada, que dependendo do objetivo, pode durar de um dia a uma semana (COMUNIDADE HACKATHON BRASIL, 2016). A palavra hackathon é composta de 2 partes: hack (programar de forma excepcional) + Marathon (maratona), que basicamente traz o significado de maratona de programação (COMUNIDADE HACKATHON BRASIL, 2016; HAMAD, 2020).

Neste evento, os participantes são desafiados a desenvolverem inovação com foco na criação de um aplicativo ou software dentro de um período específico, desafiados por um tema em comum ou seguindo um grau tecnológico (PINHEIRO; SOUZA; TENÓRIO; F. FILHO; MELO, 2020). O *network* e oportunidades de emprego, são consequências de trabalhar em projetos colaborativos como Hackthons, dessa forma o que faz o evento chamar a atenção da comunidade além disso, é o desafio de criar algo novo a partir de um problema (COMUNIDADE HACKATHON BRASIL, 2016).

Segundo a Comunidade Hackathon Brasil (2016), em suma, seus participantes são compostos por estudantes de programação, *design* e profissionais das áreas de desenvolvimento. Na mesma visão, em seu estudo, Pinheiro, Souza, Tenório, Filho e Melo (2020, p.3) abordam o mesmo perfil de participantes destes eventos e suas relações com as áreas de ensino acadêmico:

Comumente, os participantes dos hackathons são pessoas da area de Tecnologia da Informação (TI), como programadores, designers gráficos, gerentes de produtos e alunos da area [Warner and Guo 2017]. Essas pessoas têm diferentes motivos para participar desses eventos, dentre eles, a oportunidade de estabelecer novos contatos, se divertir, ganhar prêmios [Pe-Than et al. 2019], poder adquirir ou aprimorar habilidades [Nolte et al. 2018, Gama 2017a], bem como experimentar ou aprender a utilizar novas tecnologias [Warner and Guo 2017].

Visto de um ângulo mais amplo, Leite (2019) apresenta diferentes possibilidades sobre os Hackathons, e destaca seus diferentes tipos, os classificando as três modelos essenciais de competição:

Quadro 2 - Tipos de Hackathon

1. Hackathons Cívicos	Atendem diversas áreas e ramos de atuação e não tem perfil de fim lucrativo;
2. Hackathons Industriais	São organizados com objetivo de desenvolver e fomentar a cultura do desenvolvimento na organização;
3. Hackathons Acadêmicos	São desenvolvidos por instituições de ensino com objetivo de engajar os estudantes e contribuir para o desenvolvimento de habilidades;

Fonte: Leite (2019)

Provenientes da possibilidade de flexibilização, os Hackathons, estão com ampla popularidade e representatividade nos meios competitivos, pois tem foco na solução de problemas através de tecnologias, sendo de grande valia para o desenvolvimento de estratégias de ensino e ou mercadológicas (DA SILVA; FOSSATTI, 2020). Pinheiro, Souza, Tenório, Filho e Melo (2020), confirma tal popularidade, na utilização de hackathons por estados e governos, a fim de que os participantes utilizem de sua criatividade, em prol de desenvolvimento local, através de melhoramentos nas áreas de qualidade de vida, meio ambiente, arte, saúde e entre outras.

Na mesma linha, Hamad (2020) aborda o lado da capacidade empresarial de gerar engajamento, para a solução de problemas complexos através dos Hackathons, onde exploram o próprio meio criativo dos funcionários para guiar seu desenvolvimento e prosperidade no meio organizacional, propondo prêmios e recompensas a seus funcionários perante os resultados.

De forma geral, os eventos de curta duração veem ao encontro do processo de criação de uma mentalidade tanto empreendedora quanto inovadora. Nessa perspectiva, as habilidades desenvolvidas pelos participantes, são de grande valia para o mercado e comunidade, visto o investimento em capital intelectual e habilidades pessoais.

Da silva e Fossatti (2020), destacam, que a partir de sua pesquisa, o protagonismo dos participantes, age como um diferencial ativo nos eventos de curta duração, dessa forma é possível abordar os aspectos resultantes do engajamento destes eventos, através da percepção particular dos participantes durante o período de competições, e o que os participantes levam para casa após o término dos mesmos.

2.4. COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

Num apanhado geral, o conceito de competências parte de mais de um sentido principal, que pode ser repartido em duas áreas de avaliação. Segundo Sanches (2023), a competência pode ser abordada de forma relacional as capacidades pessoais de um indivíduo, balizado por sua função organizacional e ou por seu resultado e entrega balizado pela qualidade.

O conceito de competência, nas formas de conhecimento reportadas por Fleury e Fleury (2001), apresenta-se como o estoque de capacidades humanas que justificam um desempenho de nível, balizados ao um conjunto pertinente de tarefas referentes a um cargo específico. Para Lima, Teixeira e Lima, competência (2017, p. 1683) “[...] significa mobilizar conhecimentos e experiências para atender às demandas e exigências de determinado contexto.”

Já Feldmanl, Ruthes e Cunha (2008), dispõem competência como um apanhado, simplificado pela sigla “CHA”, que representa o significado, conhecimento, habilidade e atitudes, despontando assim como a chave necessária para um bom desempenho intrapessoal e interpessoal em relação a criatividade e inovação. Em concordância Amaro (2008), aborda a profissionalização da competência, nos mesmos moldes dos autores anteriores e amplia trazendo que somente o ambiente prático é capaz de testar tal competência.

Para Tartari, Wilbert, Souza e Dandolini (2014), competência é “[...] um conjunto de características (perceptíveis ou não) que estruturam o conhecimento, as habilidades e as atitudes que se utilizam para estabelecer relações em contextos específicos [...]”, dessa maneira, competência pode refletir em motivações, características, autoconhecimento, atitudes, valores ou habilidades cognitivas e práticas aprimoradas, que possam ser mensuradas e avaliadas com segurança.

Para Bomfim (2012), competência está atrelada ao desenvolvimento competitivo nas relações organizacionais do mercado de trabalho, frente as habilidades e atitudes dos indivíduos competidores. As competências técnicas pensamento sistêmico, trabalho em equipe, pensamento estratégico e comunicação destacam-se, pois perpassam por todos os autores como competências essenciais para o desenvolvimento do perfil dos gestores (LIMA; TEIXEIRA; LIMA, 2017). Já Valente (2002), difere o ser competente do ser competitivo, onde durante a formação

de um indivíduo classificado com competência, não necessariamente exista a formação de competitividade no mesmo.

Cerinsek e Dolinsek (2009), salientam que competência, parte de um aspecto passível de observação e mensuração, que é atribuída a um indivíduo, equipe ou organização. Seguindo a linha de pensamento, Hamad (2020), apresenta uma classificação das competências e habilidades do ser humano, como comportamentais e técnicas. Estas competências, são basicamente relacionadas de forma dependente ao tipo de educação, formação acadêmica, conhecimento técnico e adquiridos por experiência, que o profissional utiliza no que diz respeito a seus níveis de equilíbrio e adaptação ao meio e grupo em que convive (HAMAD 2020).

2.4.1. Competências para inovação

Em relação a competências para inovação, Cerinsek e Dolinsek (2009) determinam que um indivíduo que tem a capacidade de se moldar e reagir perante ambientes inflexíveis e desafiadores de maneira inovadora, tende a ter competências para inovação. Tartari, Wilbert, Souza e Dandolini (2014), apoiam-se na premissa de que a competência inovadora está diretamente relacionada ao perfil criativo exercido pelo indivíduo e sua vontade de empreender, e salienta a inversão de papéis durante o processo de inovação, onde hora o senso criativo toma conta, e hora o tino empreendedor prevalece.

Silva e Bittencourt (2021) apontam a relação entre habilidades atitudinais e características cognitivas, que juntas compõem a perspectiva de competências voltadas para inovação. Neste sentido, ressalta-se a identificação proposta pela sigla “CHA”, onde competências são nada menos que um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes. Cobo (2013), aborda o termo “*soft skills*”, como primordiais no desenvolvimento de competências versáteis. Ele descreve este termo em relação a ideia de “Habilidade sociais ou pessoais”, que venham a impactar a vida cotidiana das pessoas.

Em concordância, Herói, Lindfors e Taatila (2017), por sua vez, refletem que as competências necessárias para inovação vão além de um conjunto de conhecimentos, habilidades e competências, e também se apoiam na individualidade do ser humano, como qualidade significativa. O autor ainda ressalta, que embora exista uma

semelhança entre conceituar competências e competências para inovação, ambas podem ser aprendidas, desenvolvidas e ensinadas.

Ademais, perante a complexidade de mensurar habilidades, Keinänen, Ursin e Nissinen (2018) ampliam que exista três bases categóricas para o conhecimento de saber fazer, são elas, competências, capacidades e habilidades. Dentro disso, o autor salienta a relação contínua entre ambas, visto que um conjunto de habilidades formam um grupo de capacidades e estas por sua vez formam uma base de competências. (KEINÄNEN; URSIN; NISSINEN, 2018).

Como forma de sistematizar, apontando fatores característicos pessoais para inovação, Heróli, Lindfors e Taatila (2017), apontam cinco categorias de competências que estão diretamente relacionadas ao comportamento inovador, são elas:

Quadro 3 - Categorias de competência

1. Flexibilidade	É uma resposta resiliente, cooperativa e empática durante as incertezas do ambiente, que favorece a criação de uma maior diversidade de escolhas e possibilidades.
2. Motivação e engajamento	É o reflexo da vontade interna de fazer ou realizar, de maneira persistente afim de cumprir um objetivo, impactando diretamente no resultado buscado.
3. Orientação para a realização	É a linha de iniciativa orientada a geração de resultados, conexões e aprendizagem. Através da capacidade de dominar e aprender novos aspectos da realidade quando presente em ambientes desafiadores.
4. Autoestima	É ligada diretamente ao comportamento e atitude humana, caracterizando autoconhecimento, independência e confiança. A inovação está diretamente relacionada aqui, pois apresenta-se de como algo incerto, e a autoestima é responsável por lidar com isso.

5. Autogestão	É a capacidade de gerenciar a própria eficácia perante a capacidade de executar uma tarefa, sendo basicamente o ponderador perante ambiente interno e externo.
---------------	--

Fonte: Herói, Lindfors e Taatila (2017)

Todavia, Silva e Bittencourt (2021), ressaltam a complexidade de operar no campo de identificação de competências para inovação, pois, em seu modelo a interpretação deste campo de pesquisa, sofre com a influência do meio no qual está inserido, e também a forma de qual é mensurado. Dessa forma ele afirma não existir de fato uma classificação que conceitue competências profissionais para inovação.

Já para Celik, Storme, Davila, Myszkowski (2016), a premissa de competências para inovação, se dá através da curiosidade do trabalhador. Os autores concluíram que, pessoas que perguntam mais, e exploram mais questões de curiosidade, tendem a ter um senso de pensamento desigual ao de quem não exerce a curiosidade, moldando assim um potencial profissional inovador, quando relacionado ao trabalho. Ademais, de forma semelhante ao descrito por Tartari, Wilbert, Souza e Dandolini (2014), os autores Celik, Storme, Davila, Myszkowski (2016) confirmam a importância do perfil do indivíduo, pois baseado no comportamento individual é possível identificar potencial para criação de inovação.

No que tange às competências inovadoras nos meios organizacionais Borrás e Edquist (2015), retratam a existência de dois veios para criação de inovação, apoiado na premissa de que a empresa pode desenvolver competências em seus funcionários, mas também pode adquirir externamente. Neste sentido, os autores utilizam como base de mensuração inovadora, a qualidade educacional dos funcionários, expondo que países com níveis mais altos de educação tendem a ter vantagem na pesquisa e desenvolvimento de inovação, pois garantem de forma estrutural em seu governo, competências em seus cidadãos desde o ensino básico.

Já Antonioli, Manzalini e Pini (2011) abordam o papel do mercado de trabalho no desenvolvimento dos trabalhadores e reconhecem que a forma com que habilidades pessoais são desenvolvidas afetam diretamente as atividades de inovação na indústria. Contudo, movidas pelo aspecto competitivo do mercado, a falta de administradores com experiência e a necessidade constante de resultado, as empresas podem não aplicar um foco direto no desenvolvimento interno dos seus

funcionários, criando assim um ambiente limitado, que conta somente com o compartilhamento de ideias de quem já está presente no meio (SILVA; BITTENCOURT, 2021).

Portanto, fica evidenciado a relação de reciprocidade, apresentada pelos autores, onde as competências pessoais podem variar baseadas no perfil pessoal de cada ser humano e como ele foi de certa forma, educado durante sua vida. Isso surge como objeto mutável dentro de ambientes internos e externos ao convívio profissional, desde que exista abertura saudável para o exercício da curiosidade, que venham a motivar o desenvolvimento de habilidades de fatores categóricos para o desenvolvimento de competências para inovação.

3. METODOLOGIA

Para a realização deste estudo, apresentou-se aspectos a respeito da especificação da metodologia de pesquisa, relacionado ao descrito por Lakatos e Marconi (2003, p. 221), no qual a pesquisa busca responder “[...] a um só tempo, às questões de como?, com quê?, onde ? e quanto? [...]”. Para Gil (2022) a pesquisa permeia diversas fases, e se torna necessária quando existe a ausência de informação para responder a uma situação problema.

Prodanov e Freitas (2013), partem da escala em que a metodologia é um conjunto de procedimentos, que juntos formam o trajeto no qual se caminha para determinado final na busca pelo conhecimento, ademais ainda ressaltam que, “[...] o método é a forma de pensar para chegarmos à natureza de determinado problema, quer seja para estudá-lo ou explicá-lo” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 126).

Com base nestes apontamentos dispostos pelos autores, a seguir se apresentam os métodos e técnicas utilizados nesta pesquisa.

3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa pode ser interpretada, como um procedimento racional e sistemático, que objetiva encontrar alternativas a problemas relatados e propostos. Tal pesquisa se faz necessária quando não há informações satisfatórias a disposição ou informações suficientes que estejam estruturadas de maneira a encontrar uma resposta adequada para um problema (GIL, 2002).

Dessa forma, trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois buscará compreender como os eventos de curta duração, exercem sua representatividade perante seus participantes e estendem ligações com o ambiente do trabalho incentivando criatividade para com a inovação. O intuito desta abordagem, é mapear habilidades trabalhadas por tais eventos, e analisar de que maneira essas habilidades podem ser convertidas em competências para outros ambientes e futuro dos participantes.

No que se refere a pesquisa qualitativa, de acordo com Yin (2016, p.26), a pesquisa qualitativa se diferencia por abranger condições contextuais e por sua capacidade de manifestar diferentes perspectivas dos participantes. Para Gerhardt e Silveira (2009, p.31) “A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de

uma organização [...]”, já na visão de Medeiros (2012) a pesquisa qualitativa é capaz de compreender “[...] experiências, comportamentos, emoções e sentimentos vividos, ou ainda, compreender sobre o funcionamento organizacional, os movimentos sociais entre outros”.

Quanto à natureza, a pesquisa será com foco na solução de um problema, de natureza aplicada. Ela pode ser assim classificada, pois objetiva de acordo com Gerhardt e Silveira (2009, p. 34) “[...] gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais.”. Em relação ao procedimento técnico, a pesquisa se dá como um estudo de caso, definido por Prodanov e Freitas (2013), como um estudo minuciosa e abrangente de um ou poucos objetos, permitindo um conhecimento detalhado sobre eles.

No que se refere aos objetivos, esta pesquisa pode seguir a classificação descritiva, seguindo a ideia exposta por Antônio Carlos Gil (2002 p. 42) que “visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

3.2. OBJETO DE ESTUDO

Neste tópico serão identificados os objetos do presente estudo, no qual Prodanov e Freitas (2013) definem, o objeto de estudo como reflexo do desdobramento da pergunta básica do estudo, apontando de certa forma os sujeitos que serão pesquisados para solucionar o problema.

Quanto aos sujeitos da pesquisa, a pesquisa se sucedeu de forma a considerar os estudantes e acadêmicos de diferentes cursos de formação da região de Chapecó, de ambos os sexos, que como pré requisito já tenham participado diretamente como competidores ou já tenham trabalhado com a organização de eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração (normalmente a organização tem como pré requisitos pessoas que já tenham participado de eventos semelhantes).

Para a seleção dos sujeitos, foi utilizado como ambiente de pesquisa dois grupos de WhatsApp, no qual o pesquisador teve acesso. Um dos grupos é administrado pela organização do evento Startup Weekend Chapecó 2023, que tem na data da presente pesquisa um total de 91 participantes mesclando participantes, e também o grupo de organização do evento Desafio Empreende UFFS 2023, que na data da pesquisa estava com 57 participantes, e também é composto tanto por

participantes quanto pessoas da organização. Destes sujeitos, 42 responderam o questionário.

Não obstante, a pesquisa através deste perfil de sujeitos se limitou somente a participantes dos grupos, que tenham frequentado pelos menos um evento, e que se sintam aptos a responder a pesquisa, visto que o tema e pergunta de pesquisa segmenta para um público seletivo. De modo a compreender a perspectiva de cada participante, é importante salientar que o formulário de pesquisa foi disponibilizado nos dois grupos de maneira *on-line* via ferramenta *Google Forms*, e respondido por quem se entendeu apto ou motivado. Nenhum formulário foi enviado de forma privada ou particular para os sujeitos da pesquisa e a participação na pesquisa não era de cunho obrigatório. Foi dispensado a aprovação da pesquisa pelo conselho de ética, visto que, a pesquisa atua de forma a aprofundar os conhecimentos teóricos, de situações emergentes da prática profissional, não revelando dados que possam identificar indivíduos.

3.3. TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Conforme Prodanov e Freitas (2013) a coleta de dados é a etapa em que se obtém informações que representam a realidade e se definem os instrumentos de coleta fazendo a ponte com a forma a qual será utilizada para analisar os dados.

Em virtude do cunho qualitativo desta pesquisa, será utilizada como instrumento, a técnica de coleta de dados através da aplicação de um questionário estruturado, para obtenção de dados primários apresentado por Lakatos e Marconi (2003, p. 201), como “[...] um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”. Gerhardt e Silveira (2009) complementam, que o principal objetivo do questionário é reproduzir, levantando opinião, vivências, crenças, interesses e expectativas, de maneira a utilizar uma linguagem simples e direta, facilitando a compreensão para os respondentes. Ademais, para a metrificação de parte do questionário, foi explorado a Escala *Likert* de 5 pontos, sendo que o valor 1 corresponde a Discordo totalmente, e o valor 5, a concordo totalmente.

Também será utilizado de pesquisa bibliográfica para coleta e análise de dados secundários, seguindo o apresentado por Gerhardt e Silveira (2009), que ampara o levantamento de referências e teorias já analisadas e disponíveis em meios

eletrônicos e ou artigos científicos. Prodanov e Freitas (2013) ressaltam a atenção do pesquisador para possíveis contradições que tais obras possam apresentar, mas ressalta sua importância perante a identificação de um procedimento adequado para coleta de dados.

Desta forma, quanto ao procedimento, trata-se de um levantamento de dados de uma comunidade ou grupo em comum com as mesmas experiências. Para que seja possível entender o ponto de vista dos respondentes através de suas vivências, a pesquisa foi aplicada via questionário *on-line* com perguntas fechadas. Em um primeiro momento foi aplicado um teste piloto do questionário, com um grupo de aproximadamente cinco pessoas, que envolviam colegas que já tinham experiência de participação em eventos para que as perguntas do questionário, ficassem curadas e de maior nível de compreensão para os respondentes, de modo a atingir participantes de eventos de diferentes cursos, idades e instituições da cidade de Chapecó.

3.4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O processo de análise de dados em uma pesquisa qualitativa, “deve ser feita a fim de atender aos objetivos da pesquisa e para comparar e confrontar dados e provas com o objetivo da pesquisa [...]” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.112). Para compreender um material de cunho qualitativo, é necessário que o pesquisador supere a tendência de acreditar que a interpretação dos dados será mostrada espontaneamente, sendo necessário permear os significados dos atores sociais nas vivências da realidade (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p.84).

Para a preparação e análise dos dados desta pesquisa, foram aplicados os seguintes passos propostos por Malhotra (2019): verificação, edição e transcrição dos resultados obtidos. Através das respostas coletadas, os dados foram verificados a fim de identificar possíveis inconsistências para depois serem compilados passando por alguma edição via Microsoft Excel, e por fim comparados e estudados. Todas as interpretações, foram na busca por possíveis apontamentos e perspectivas voltadas aos objetivos específicos desta pesquisa, corroborando assim para atingir o objetivo deste estudo.

De maneira a analisar o resultado das escalas aplicadas, foi elaborado pelo autor uma planilha que direciona o foco de cada pergunta da escala, baseada em 11

competências escolhidas pelo pesquisador. As informações coletadas serão avaliadas conforme elaboradas no quadro abaixo, afim de mapear quais competências tiveram maior interferência do evento, e como o perfil do participante se apresenta. Com padrão de notas na escala Likert de 1 a 5, sendo 1 “Discordo totalmente” e 5, “Concordo totalmente”, a médias dos resultados, será identificada de maior relevância quando for mais próxima de 5, e também mais próxima nota 1.

As perspectivas do autor, foram baseadas na releitura e percepção própria das médias de respostas da escala Likert. De maneira a ampliar possíveis releituras de dados, foi expandido a análise para um filtro que limita exposição dos dados, somente para respostas de participantes, que tiveram duas experiências ou mais, em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração.

O quadro abaixo também fomenta a classificação do autor de cada competência desenvolvida e sua ligação com a sigla “CHA”, refletindo na busca de encontrar possíveis tendências de que houve mudança de conhecimentos, habilidades e atitudes.

Quadro 4 - Comparação de Competências

PERGUNTAS RELACIONADAS AO PERFIL ANTES DA COMPETIÇÃO	PERGUNTAS RELACIONADAS A COMPETENCIAS DURANTE E PÓS COMPETIÇÃO
Todas seguem no modelo Likert (Discordo totalmente 1 a 5 Concordo Totalmente)	
Eu sou uma pessoa resiliente, ou seja, não desisto facilmente das minhas tarefas; (RESILIENCIA)	CONHECIMENTO - Ao longo do evento pude me entender como uma pessoa resiliente, pois consegui me adaptar perante as situações com meu time. (RESILIENCIA)
Eu sou uma pessoa que gosta de estar no comando, eu lidero as pessoas ao meu redor para um objetivo em comum. (LIDERANÇA)	ATITUDE – Ao longo do evento eu soube ser a pessoa que liderava e direcionava meu time, mantendo-os unidos até o fim. (LIDERANÇA)
Me considero uma pessoa estrategista, consigo facilmente antecipar situações e pensar antes de agir para cumprir meus objetivos. (PENSAMENTO ESTRATÉGICO)	CONHECIMENTO? - Me desafio constantemente de modo a prever situações e me antecipar diante a adversidades. (PENSAMENTO ESTRATÉGICO)

Me considero uma pessoa comunicativa, não tenho vergonha de conversar e falar em público, a timidez não me abala. (COMUNICAÇÃO)	CONHECIMENTO – Ao longo do evento, eu aprendi que a comunicação e o dialogo pode me destacar em relação ao grupo. (COMUNICAÇÃO)
Eu sou uma pessoa criativa, busco sempre inovar perante minhas demandas do dia a dia. (CRIATIVIDADE)	CONHECIMENTO - Ao longo do evento, eu aprendi a cultivar a criatividade pois ela não tem limites quando queremos construir algo diferente (CRIATIVIDADE)
Acredito ser uma pessoa persuasiva, pois consigo fazer as pessoas mudarem de opinião através de negociação ou dialogo (NEGOCIAÇÃO)	ATITUDE – A competição me tornou uma pessoa mais incisiva em minhas ideias e propósitos, aprendi a negociar meu sucesso (NEGOCIAÇÃO)
Quando me deparo com situações adversas, lido com os problemas conforme vão surgindo (RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS)	HABILIDADE – Aprendi a fazer problemas se tornarem oportunidades de melhoria diante aos meus objetivos (RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS)
Ao lidar com tarefas, raramente eu fico pressionado pelo tempo de entrega, consigo atender as expectativas de prazo (GERENCIAMENTO DE TEMPO)	ATITUDE – Sou menos procrastinador, e mais focado na entrega de resultados (GERENCIAMENTO DE TEMPO)
Ao pensar de forma empreendedora, acredito que o sucesso do meu negócio depende somente de mim (TRABALHO EM EQUIPE)	ATITUDE - Aprendi a ser paciente, e que para ter sucesso nos negócios é importante trabalhar com outras pessoas (TRABALHO EM EQUIPE)
Eu sou uma pessoa atualizada e acompanho as tendências do ambiente empreendedor (CONHECIMENTO DE MERCADO)	CONHECIMENTO – Eu busco constantemente me atualizar com informações e notícias sobre empreendedorismo, agora vivo um pouco mais deste mundo. (CONHECIMENTO DE MERCADO)
Quando confrontado por algo, me deixo levar pelas emoções durante momentos de estresse (INTELIGÊNCIA EMOCIONAL)	HABILIDADE – Aprendia a praticar empatia, as pessoas tem diferentes formas de agir perante situações, e o controle das minhas emoções é a primeira etapa da solução. (INTELIGÊNCIA EMOCIONAL)

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir desta seção, serão apresentados e analisados os resultados obtidos através da pesquisa. Desta forma o item 4.1 irá tratar de apresentar os ambientes proporcionados pela cidade de Chapecó para o desenvolvimento de inovação, o item 4.2 apresentara os eventos de curta duração que ocorrem na cidade e promovem o desenvolvimento local, o item 4.3 apresenta o perfil geral dos entrevistados na pesquisa, a fim de entender quem são eles, o item 4.4 apresentará a análise perante os perfis de competências dos participantes antes de participarem de eventos e por fim o item 4.5 irá analisar o perfil de competências após a participação em eventos.

4.1 AMBIENTES DE INOVAÇÃO EM CHAPECÓ

De forma a compreender ecossistemas e ambiente de inovação, Veríssimo e Bacic (2018), abordam como plataforma de criação de inovação, o modelo de cooperação da Hélice Tripla, composta pelo governo, empresas e universidade, nas quais representam os setores públicos, setores privados e a academia, ademais representa os atores essenciais neste pilar, a sociedade como intermédio de recepção dos resultados. Em Chapecó, relacionado a ambientes disponibilizados para a produção de inovação, o Sebrae (2022) através de seu relatório de estudo anual, reporta o planejamento do ecossistema, e levanta informações de qualidade a respeito da maturidade atual do ecossistema inovador local.

No que tange os ambientes para produção de inovação, o Sebrae (2022), apresenta os principais atores no modelo de inovação local, e os estrutura em formato de hélice quádrupla, que é composta por institutos de ciência tecnologia e inovação, empresas, mecanismos de inovação, governo e sociedade organizada, conforme ilustração abaixo:

Figura 1 - Atores do Ecossistema de inovação

Senac, Senai, Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), que são as principais redes de fomento e fortalecedoras dos ambientes para inovação (SEBRAE, 2022).

Ademais, como aspectos relevantes encontrados na pesquisa, o Sebrae (2022) relaciona que o município tem uma Diretoria de Desenvolvimento Econômico voltado a políticas públicas, dessa maneira opera com um regime de tributação diferenciado, seguindo a lei nº 739/2021. Porém como principal dor, o ecossistema de inovação em Chapecó sofre com a parte capital, necessitando assiduamente de investidores anjos, editais de fomento, incentivos e ofertas de crédito.

4.2 OS EVENTOS DE CURTA DURAÇÃO EM CHAPECÓ

Neste item será estudado e apresentado os 5 principais eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração que ocorrem no município de Chapecó.

4.2.1 Startup Weekend

O movimento Startup Weekend em Chapecó, teve sua primeira edição realizada no ano de 2016, promovido pela JCI (*Junior Chamber Internacional*) em parceria com a criadora do evento a *Techstars*. Perante o molde do evento, os participantes chegam na sexta feira a noite, onde eles têm abertura através de um mediador para compartilharem suas ideias de negócio, gerando inspiração e engajamento para que outros adotem suas ideias também. Nos dois seguintes, os times se focam em validar suas ideias e montarem modelos de negócios que sejam viáveis, para uma possível validação comercial, e que venham a ter modelo repetível e escalável. Com a ajuda de mentores, ao fim do último dia, no domingo à noite, são apresentados os *pitchs* de venda de ideias, para uma banca de mentores que ali estão para julgar, e escolher a melhor startup.

O primeiro evento ocorreu nas dependências do auditório da JCI, e lá estavam presentes cerca de 100 participantes com diferentes formações e habilidades, que competiram em prol de desenvolver uma Startup em 54 horas, o evento contava com um valor de inscrição, e nele já estavam alocados, valores de refeição para os três dias de competição, no tocante o evento não tem limitações de faixa etária, logo poderiam participar qualquer pessoa que estivesse motivada. Como forma de preparar e chamar a atenção do público para o evento, semanas antes ao evento, a

organização prepara *Bootcamps*, que nada mais é do que palestras, focadas na apresentação para público participante, sobre como funciona, e o que é o mundo das *Startups*, também introduzindo assuntos de empreendedorismo, inovação e tecnologia. A segunda edição do evento ocorreu no ano seguinte, em 2017, e seguiu o mesmo modelo de interação e estruturação do ano anterior, reunindo mais de 100 participantes, de toda a região oeste de Santa Catarina.

Em sua terceira edição, o Startup Weekend Chapecó ocorreu em abril de 2018, com a temática “agronegócio”, com foco no desenvolvimento de ações direcionadas a inovação no campo, de modo a ampliar a visão do meio participante, para atitudes direcionadas para qualidade de vida, incentivo a pessoas, cooperativismo, sustentabilidade, produção, etc. Esta edição foi sediada na sede da Fasul eventos, e contou com a participação de cerca de 14 mentores das mais diversas áreas de atuação, com foco de somar na participação dos 100 competidores que ali estavam presentes. Como forma de segmentar o evento e unir especialistas, as inscrições foram separadas por pessoas de designers, desenvolvedores, pessoas de negócios e pessoas voltadas para o agronegócio.

Ainda em 2018, no mês de novembro, foi realizada a quarta edição do Startup Weekend, porém a primeira edição com tema *Women*, esta edição especial, estava com foco na participação e inclusão feminina nos movimentos empreendedores da região, como diferencial, o evento foi planejado com 75% das pessoas sendo do público feminino, mostrando assim que empreender não é segmentado somente para homens, esta edição foi realizada nas dependências do auditório da JCI, e teve atuação presencial da organização, para divulgação nas Unoesc e Unochapecó.

A quinta edição da competição foi realizada no mês de outubro de 2019, novamente foi sediada nas dependências da JCI, esta edição contou a parceria novamente da Desbravalley, que é basicamente uma comunidade inovadora do Oeste Catarinense, formada por pessoas voluntárias que em suma geram oportunidades de conexão e desenvolvimento. O escopo desta edição não operou com um tema específico, foi de modelo aberto. No ano de 2020, devido a pandemia da COVID-19, o evento não foi realizado, visto que normalmente acontece de cunho presencial.

A sexta edição do evento voltou a ser realizada presencialmente somente em novembro de 2021, com redução no quadro de participantes e organização, devido a situação instável diante a pandemia, esta edição teve somente 90 participantes, e teve como regras utilização de máscara e atenção a normas sanitárias básicas. O ambiente

de realização do evento desta edição foi o Pollen Parque científico e Tecnológico de Chapecó, e reuniu mentores de diferentes estados do Brasil. A sétima edição aconteceu no mês de abril de 2022, e manteve o escopo da edição anterior, porém com uma abertura maior de participantes, voltando a receber mais de 100 competidores, o ambiente disponibilizado para a realização do evento foi novamente o Pollen Parque de Chapecó.

Ainda em 2022, no mês de outubro, ocorreu a segunda edição anual do evento, agora em sua oitava edição histórica na cidade. Esta edição atuou no desenvolvimento de ideias com o tema “*Health* – Cuidar da saúde das pessoas é cuidar no nosso futuro”, direcionado a temática do evento para soluções que viessem a ser úteis para o futuro da saúde. Esta edição contou com mais de 100 participantes, e como sede utilizou o Pollen Parque. O último Startup Weekend realizado foi no dia 28 de abril de 2023, e contou com cerca de 120 participantes, esta edição continuou sendo realizada nas dependências do Pollen Parque em Chapecó, e foi trabalhado de temática aberta, assim os participantes poderiam ofertar ideias de diferentes áreas de conhecimento.

Por fim, já com data estabelecida para agosto de 2023, a segunda edição anual do Startup Weekend, irá abordar o tema “*Games*”, sendo o primeiro Startup Weekend *Games* presencial no Brasil, com foco na solução de problemas de empresas e pessoas reais, através de jogos, a sede do evento será pela primeira vez na Unoesc em Chapecó e o evento está disponibilizando 120 ingressos, para a comunidade que quiser participar.

Ressaltou-se que os dados aqui apresentados, são de dados secundários oriundos das plataformas de inscrições dos eventos encontrados no site *sympia*, e também publicações no Instagram oficial do evento nomeado de @swchapeco. As informações ficam à disposição no perfil da organização, através de fotos e vídeos informativos, como regra dos eventos o número máximo de participantes é por edição é de 120 pessoas.

4.2.2 Desafio Empreende UFFS

O Desafio Empreende UFFS, é uma competição de empreendedorismo e inovação de curta duração, desenvolvido pela Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), tendo sua primeira e única edição até o momento, no mês de junho de 2023.

O Desafio, tem como objetivo, fomentar o empreendedorismo universitário e o desenvolvimento pessoal dos estudantes, criando uma cultura de imersão na universidade, favorecendo a criação de experiências e acima de tudo, somando no âmbito profissional dos estudantes.

O evento foi organizado pela Escola de Empreendedores, que é o programa aprovado no edital 39 de 2021 Fapesc, que trata sobre a promoção ao empreendedorismo inovador, realizado em parceria com incubadora de negócios - INNE da UFFS e também com o Empreende UFFS e patrocinadores. O desafio não gerou nenhum custo de inscrição para os participantes, sendo totalmente gratuito, limitando a participação nesta primeira edição, somente para comunidade acadêmica da UFFS. O evento teve início na sexta feira, e contou com a participação direta de 54 alunos de oito cursos diferentes, os quais tinham 27 horas, seguindo a metodologia do Startup Weekend, para desenvolverem o projeto de uma startup, e apresentá-la aos jurados ao final do dia no domingo. O evento também contou com transporte gratuito para os estudantes e foi realizado em um final de semana no bloco C da UFFS.

4.2.3 Hackathon

O evento Hackathon, é uma maratona de programação, com metodologia intensa, semelhante as já apresentadas anteriormente, com foco na criação de inovação, para solução de problemas específicos. Em Chapecó, estes eventos são menos comuns do que startup weekend, o que dificulta a coleta de informações, e não existe um grupo ou perfil oficial local desta comunidade. Em meios eletrônicos de pesquisa, foram encontradas duas edições de Hackathons que aconteceram no município, que datam do ano de 2022. O primeiro evento nomeado de “*HACK.GOV.SC*”, aconteceu no Pollen Parque Científico e Tecnológico de Chapecó, este evento teve como tema principal Administração pública, voltada para cidades inovadoras e gestão inovadora.

A segunda edição do evento, também ocorreu no Pollen parque, no mês de novembro, e foi uma das atrações do 2º Tec Agro, evento realizado pela Unochapecó e Pollen Parque Científico e Tecnológico. Este evento em particular tem o objetivo de sensibilizar o produtor rural sobre a importância da tecnologia para o aumento da qualidade e produtividade, neste sentido, de forma a ampliar as possibilidades do

conhecimento, a Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação de Santa Catarina (Fapesc) também realizou um Hackathon de modo a criar uma extensão para os participantes. Esta edição promovida dentro do Tec Agro, contou com premiação de 400 reais para a terceira equipe mais bem colocada, 600 reais para a segunda equipe, e para a primeira equipe o prêmio era de 1000 reais.

4.2.4 Maratona de inovação

A Maratona de inovação é um concurso realizado pela Universidade Comunitária de Chapecó (Unochapecó), com foco no desenvolvimento das ideias dos participantes, com objetivo de evoluir o envolvimento dos participantes dentro do ambiente empreendedor, estimular a adequação de meios de criação de inovação, disseminar a cultura de eventos, o modelo do evento conta com a participação de estudantes da própria universidade, os quais podem competir de forma individual ou em grupo de até três participantes. O evento premia até os 3 primeiros modelos de negócios mais bem elaborados, e disponibiliza junto a incubadora tecnológica - IncTech a oportunidade de incubação de ideia, os eventos são de inscrição gratuita

Tendo sua primeira edição realizada, no ano de 2013, a Maratona de Inovação, recebeu cerca de 139 inscritos nas áreas de inovação de produto, inovação de marketing, inovação de processos e inovação organizacional. Em novembro do ano seguinte ocorreu a segunda edição do evento, e contou com as categorias de gestão e marketing e saúde, tecnologia da informação e em engenharias e agronegócio. Os finalistas desta edição tiveram que defender suas ideias frente a uma banca examinadora.

A terceira edição da Maratona de Inovação foi realizada no ano de 2015, e contou com mais de 130 ideias escritas no evento, de modo a segmentar as ideias, o evento estruturou que a terceira edição, aceitaria projetos de negócios inovadores relacionados a produtos e/ou serviços e/ou processos. A quarta edição do evento ocorreu no ano de 2016, e compreendeu a formulação de inovações para projetos de negócios capazes de solucionar problemas, aprimorar processos e otimizar resultados.

A quinta edição ocorreu em 2017, e foi desenvolvida em etapas, na primeira os candidatos tiveram um *workshop* que os demonstrou a problemática na qual deveriam atuar, e após montaram grupos de até 5 participantes, com um professor orientador.

Na segunda etapa que aconteceu logo no dia seguinte os candidatos tiveram que aperfeiçoar suas ideias, de modo que fossem avançando para a final. A sexta e última edição da Maratona de Inovação promovida pela Unochapecó aconteceu em 2018, e contou novamente com a estrutura de 3 participantes por equipe. No mesmo ano a Faculdade Senac de Chapecó, fez a sua primeira edição do mesmo evento, promovendo prêmios de até 10 mil reais para o primeiro colocado, sendo de cunho gratuito e aberto a comunidade.

Por fim no ano de 2019, a Faculdade Senac fez a sua segunda edição do evento, que contou com 100 vagas para participantes, e girou em torno de 16 horas de eventos sendo 4 horas na sexta feira e 12 horas no sabado, esta edição teve um valor de inscrição por pessoa no valor de 30 reais. O evento seguiu o modelo Hackathon, dividindo os participantes em equipes após a seleção das melhores ideias, e finalizou com a apresentação dos modelos de negócio (SENAC, 2019).

Os dados aqui apresentados partem dos sites oficiais das universidades citadas, e também de dados secundário encontrados nos ambientes de inscrição dos eventos, após o ano de 2019, não foram encontrados dados de realização de outros eventos nomeados de Maratonas de Inovação.

4.2.5 Maratona de programação

Segundo a Sociedade Brasileira de Computação (2021), o evento denominado Maratona de Programação é um evento que envolve várias instituições de ensino de todo o Brasil, nos quais os cursos de tecnologia ou area de computação em sua maioria selecionam um time para representar a instituição na competição. O evento de cunho competitivo, tem um modelo diferente dos eventos já apresentados anteriormente, os times participantes deste evento, são compostos por três alunos, que tentam resolver em 5 horas a maior quantidade de problemas, das 8 disponibilizadas, tendo a disposição somente um computador, livros, manuais e a própria inteligência, com objetivo de vencer o tempo e os outros competidores.

Este evento é realizado em parceria com a Fundação Carlos Chagas, e adota um sistema de competições com ranqueamento regional que classificam e evoluem até o evento mundial. A competição tem foco, no desenvolvimento de novas soluções tecnológicas de software acompanhadas do desenvolvimento do trabalho em equipe, criatividade e trabalho sob a perspectiva de pressão. Em Chapecó, segundo o site

oficial da Unochapecó, desde o ano de 2012 alunos do município se preparam para as competições que ocorrem anualmente, em suas fases de classificação. Zatesko (2014), desde o ano de 2013, etapas regionais da Maratona de Programação, utilizam a cidade de Chapecó como sede, o autor ainda salienta dados de que em 2014, teve a participação direta de 34 times de 12 escolas diferentes, o evento foi realizado nas dependências da Unochapecó e contou com o envolvimento de outras instituições como a Unoesc Chapecó e a recém criada da época UFFS.

No presente ano, o evento está em sua 28^o edição, e recentemente Chapecó foi escolhida para realizar a fase final da competição, a nível nacional, a final conta com todas as equipes classificadas em suas competições estaduais e microrregionais. O evento irá ocorrer dos dias 19 a 22 de outubro de 2023 e a programação se estende de quinta a domingo, com realização do evento por parte da Sociedade Brasileira de Computação (SBC) e organização do evento por parte da Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC) e a Ponto Zero.

4.3 PERFIL GERAL DOS PARTICIPANTES

Diante do envio do questionário aos sujeitos da pesquisa, o estudo teve como meta, coletar informações de indivíduos que já tiveram experiência em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração no município de Chapecó, neste cenário, obteve-se um total de 43 respondentes de ambos os gêneros, dos quais 42 alegaram já terem participado de algum evento, desta forma a pesquisa considera a partir do ponto de participantes, o número de 42 respostas.

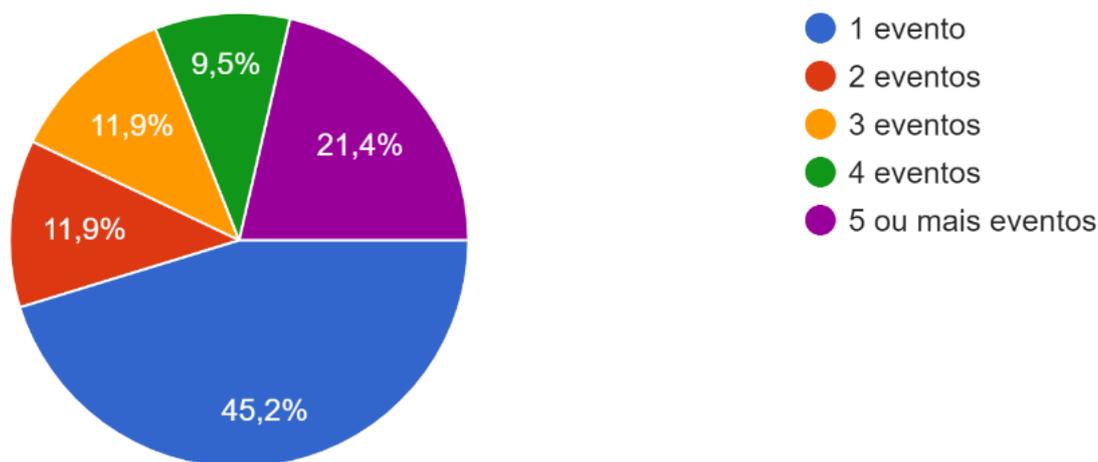
Em relação a idade predominante dos participantes, 35,9% se enquadra na faixa etária de 21 a 25 anos, 30,2% na faixa etária de 18 a 20 anos, 20,9% na faixa de 26 a 30 anos e 14% acima dos 30 anos, nenhum respondente alegou ser menor de 18 anos nesta pesquisa.

Relacionado ao nível de escolaridade dos respondentes, estão divididos de forma em que, 11,6% dos respondentes tem somente ensino médio completo, 53,5% se classificaram no item ensino superior incompleto, 14% são respondentes já formados em alguma graduação, 18,6% possuem pós graduação e apenas 2,3% dos respondentes se classificaram com ensino técnico ou profissionalizante.

Em relação a área de formação, cerca de 44,2% dos respondentes, estudam na área de “*Negócios e Administração*”, 32,6% na área de “*Engenharias e suas*

tecnologias” e 11,6% na área de “*Saúde e Ciências Médicas*”, os outros 11,6% estão alocados em outras grandes áreas de estudo.

Gráfico 1 – Quantidade de participações em eventos por respondente



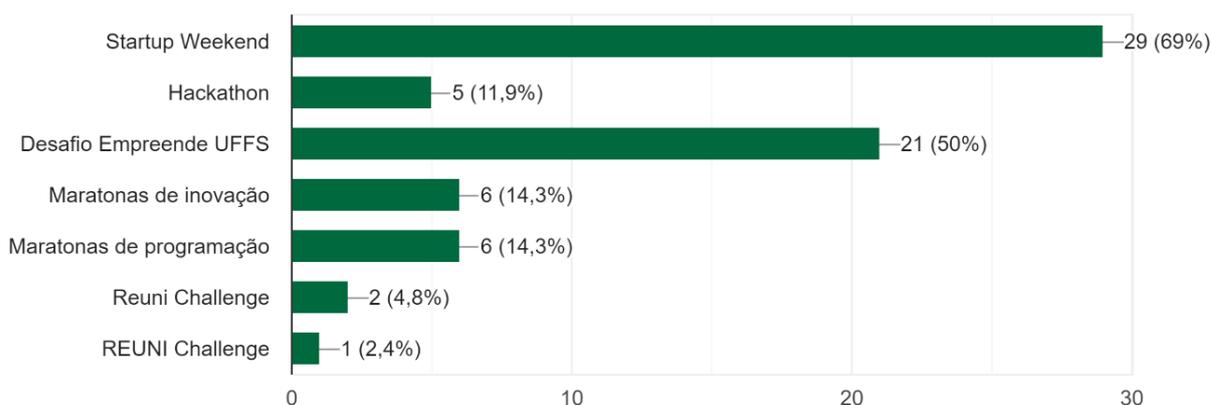
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Relacionado ao número de participações em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, o *Gráfico 1*, apresenta que, 45,2% dos participantes da pesquisa, alegam terem participado de somente um evento, 11,9% de dois eventos, e também 11,9% de três eventos, em relação à participação em quatro eventos, a porcentagem teve uma ligeira queda para 9,5% dos respondentes e na opção de participação em cinco eventos ou mais foram 21,4% dos respondentes. Ademais, é notável que 30,9% dos respondentes, alegam já ter participado de quatro eventos ou mais. Demonstrando, que possivelmente estes eventos representam sim um ganho de aprendizado, pois, tem registros de assiduidade significativa perante os sujeitos analisados.

Conectado com o número de participações, o seguinte parecer relaciona os eventos já participados pelos respondentes, de modo que a pergunta, apresenta 5 opções estruturadas de eventos que ocorrem no município de Chapecó, e estava configurada para aceitar mais de uma resposta por questionado, dessa forma, o respondente poderia selecionar todos os eventos que já teve experiência, e ainda tinha a disposição um campo opcional, para preenchimento de alguma outra

experiência que teve na cidade, abaixo segue o gráfico de respostas, com a frequência de participação em cada evento.

Gráfico 2 – Participação em cada evento



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Através da análise do *Gráfico 2*, é possível identificar a uma maior incidência de participantes nos eventos como Startup Weekend e também do Desafio Empreende UFFS, porém isso se relaciona diretamente com o objeto de pesquisa deste estudo, e o ambiente que foi utilizado para o desenvolvimento desta pesquisa, os dois grupos de *WhatsApp* utilizados pelo pesquisador, tendência as respostas para tais eventos, porém como diferencial a ser notado, 3 estudantes, citaram ter participado do evento Reuni Challenge, este evento não foi estudado neste trabalho e fica como oportunidade de pesquisa futura.

Quanto a classificação do ambiente de realização por parte dos respondentes, a opção de “*Faculdade / Universidade*” teve 29 sujeitos da pesquisa que a selecionaram como ambiente principal do evento, a opção de “*Polos de inovação e tecnologia*”, teve 26 seleções e a opção de “*Empresa ou Indústria*”, teve 3 seleções. A questão era de cunho objetiva que envolviam 5 opções estruturadas previamente mais uma opção aberta que estava à disposição dos respondentes, dentro das opções restantes não mencionadas, “*Escola básica*” e “*Escola de ensino técnico*”, não houve sinalização de por parte de nenhum sujeito da pesquisa.

De maneira a compreender a visão dos respondentes, através de um questionamento direto, sobre a crença particular de cada um, a respeito da possibilidade de desenvolvimento de competências individuais diante a participação

em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, 81% dos questionados, afirmaram que “*Sim*” acreditam ter desenvolvido alguma competência enquanto que 19% “*Talvez*” tenham desenvolvido alguma competência. Seguindo na mesma linha de raciocínio, o questionamento seguinte, traz a seguinte posição “*Baseado em sua resposta anterior, acredita que eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, podem influenciar positivamente na sua forma de se posicionar no âmbito profissional?*”. A partir de três opções disponibilizadas, entre “*Sim, Não e Talvez*”, 95,2% dos respondentes, afirmam que “*Sim*”, acreditam na influência positiva dos eventos no meio profissional dos participantes, 4,8% respondeu que “*Talvez*”, possa existir alguma influência positiva destes eventos.

De modo a concluir a interação de experiências diretamente relacionadas a eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, foi questionado para os respondentes a respeito de suas maiores dores ou desafio no decorrer de suas experiências.

Gráfico 3 – Desafios durante o evento



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Conforme disposto no *Gráfico 3*, a questão estava estruturada de maneira a conter cinco alternativas em destaque, e permitia a interação em um campo para outras dificuldades relevantes por parte do respondente. Em suma, perante as dificuldades

apresentadas, a que se destaca como mais pontuada pelos respondentes é a questão de *“Trabalhar em equipe e conciliar diferentes perspectivas”*, de modo geral essa opção sendo a mais acionada, evidencia a dificuldade dos participantes em saírem da zona de conforto e trabalharem com pessoas. É possível destacar também a relação da opção não muito pontuada de *“Superar a concorrência de outros participantes”*, visto que de forma geral, os eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, são de fato competições, e neste quesito, o desafio de competir e superar o outro, não vem a ser uma das principais preocupações do ambiente. Ademais, é válido salientar que um respondente, dirigiu sua dificuldade na opção aberta das alternativas, e escreveu a frase *“experimentar/conhecer outras “bolhas” e universos além do que estou acostumado”*, levando a entender que este participante realmente sentiu desconforto ao sair de sua rotina, evidenciado que ele não costuma estar presente no ecossistema a qual estava sendo exigido.

4.4 PERCEPÇÕES DE COMPETÊNCIAS DO EVENTO

De maneira a mapear as percepções de competências dos participantes de eventos, é pertinente avaliar em um tópico específico as medidas afirmadas pelos estudantes, a respeito de suas interpretações acerca de seus perfis antes e após os eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração. De maneira comparativa, seguindo 11 competências levantadas pelo pesquisador e expostas no item 3.4, as perguntas da seção de avaliação de Percepção antes da participação em eventos, serão comparadas conforme sua pergunta de padrão semelhante presentes na seção de Percepção durante e pós participação em eventos.

Cabe destacar que as perguntas trabalham com percepções dos próprios respondentes, sendo assim, como o foco da análise é mapear as percepções de competências desenvolvidas em eventos de curta duração, serão expostos os resultados e posteriormente citados os resultados que mais tiveram destaque na percepção do pesquisador, de modo a observar os itens de maior e menor escala perante o comparativo.

Quadro 5 - Resultados da avaliação

AVALIAÇÃO DE PERCEPÇÕES DE PERFIL DOS PARTICIPANTES ANTES DO EVENTO		AVALIAÇÃO DE PERCEPÇÃO DE COMPETÊNCIA PÓS EVENTO	
Questão	Média	Questão	Média
1 -RESILIENCIA			
1 - Me considero uma pessoa resiliente, ou seja, não desisto facilmente das minhas tarefas.	4,1	1 - Ao longo do evento pude me entender como uma pessoa resiliente, pois consegui me adaptar perante as situações com meu time.	4,4
2- LIDERANÇA			
2 - Eu sou uma pessoa que gosta de estar no comando, eu lidero as pessoas ao meu redor para um objetivo em comum.	3,4	2 - Ao longo do evento eu soube ser a pessoa que liderava e direcionava meu time, mantendo-os unidos até o fim.	3,6
3-PENSAMENTO ESTRATÉGICO			
3 - Me considero uma pessoa estrategista, consigo facilmente antecipar situações e pensar antes de agir para cumprir meus objetivos.	3,6	3 - Me desafio constantemente de modo a prever situações e me antecipar diante a adversidades.	3,8
4-COMUNICAÇÃO			
4 - Me considero uma pessoa comunicativa, não tenho vergonha de conversar e falar em público, a timidez não me abala.	3,1	4 - Ao longo do evento, eu aprendi que a comunicação e o diálogo podem me destacar em relação ao grupo.	4,4
5-CRIATIVIDADE			
5 - Eu sou uma pessoa criativa, busco sempre inovar perante minhas demandas do dia a dia.	3,6	5 - Ao longo do evento, eu aprendi a cultivar a criatividade pois ela não tem limites quando queremos construir algo diferente	4,3
6-NEGOCIAÇÃO			
6 - Acredito ser uma pessoa persuasiva, pois consigo fazer as pessoas mudarem de opinião através de negociação ou dialogo.	3,0	6 - A competição me tornou uma pessoa mais incisiva em minhas ideias e propósitos, aprendi a negociar meu sucesso.	4,1
7- RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS			
7 - Quando me deparo com situações adversas, lido com os problemas conforme vão surgindo.	3,6	7 - Aprendi a fazer problemas se tornarem oportunidades de melhoria diante aos meus objetivos.	4,4
8- GERENCIAMENTO DE TEMPO			
8 - Ao lidar com tarefas, raramente eu fico pressionado pelo tempo de entrega, consigo atender as expectativas de prazo.	3,3	8 - Sou menos procrastinador, e mais focado na entrega de resultados.	3,7

9 - TRABALHO EM EQUIPE			
9 - Ao pensar de forma empreendedora, acredito que o sucesso do meu negócio depende somente de mim.	2,8	9 - Aprendi a ser paciente, e que para ter sucesso nos negócios é importante trabalhar com outras pessoas.	4,3
10 -CONHECIMENTO DE MERCADO			
10 - Eu sou uma pessoa atualizada e acompanho as tendências do ambiente empreendedor.	3,1	10 - Eu busco constantemente me atualizar com informações e notícias sobre empreendedorismo, agora vivo um pouco mais deste mundo.	3,8
11- INTELIGÊNCIA EMOCIONAL			
11 - Quando confrontado por algo, me deixo levar pelas emoções durante momentos de estresse.	2,6	11 - Aprendi a praticar empatia, as pessoas tem diferentes formas de agir perante situações, e o controle das minhas emoções é a primeira etapa da solução.	4,3

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Assim sendo, de modo a apresentar as percepções acerca da estrutura de perfil, o *Quadro 5*, comparada com as competências dos respondentes, o ponto que primeira chama a atenção é a “*Comunicação*”, pois o item demonstra um breve desenvolvimento de conhecimento, visto que a média dos respondentes concordam com a afirmação proposta no tópico, evidenciado uma diferença na média comparada ao perfil analisado. Dessa forma entende-se que os estudantes tem traços de timidez em seu perfil, porém evoluíram o conhecimento de que podem se destacar através da comunicação.

Observa-se que diante a competência relacionada a “*Negociação*”, o perfil dos participantes apontou uma possível evolução da habilidade dos participantes relacionado ao posicionamento dos respondentes, perante suas ideias e conceitos após o evento. Neste aspecto, diante ao modelo dos eventos, é possível tomar como possibilidade o posicionamento de defesa das ideias por parte dos competidores, que em sua maioria ficam durante horas envolvidos em seus projetos, que acarretam no desenvolvimento de um nível de confiança, para defender suas ideias e propósitos. Dessa forma, a pontuação média estabelecida na escala de competências, ressalta a possível evolução após a experiência de eventos, perante a média ressaltada no perfil dos participantes antes do evento.

Ao analisar as respostas voltadas para a competência de “*Resolução de problemas*”, o perfil dos entrevistados perante a pergunta imposta, demonstra que os participantes de eventos já possuem qualidades para a resolução de situações que não estão planejadas. Como média geral foi atribuído o valor 3,6 nesta escala, porém

na oportunidade de os respondentes analisarem em forma competência a pergunta de mesmo objetivo, ressaltaram com média 4,4, que perante aos eventos participados, aprenderam a transformar problemas em oportunidades de melhoria perante suas metas e objetivos, corroborando de certa forma com uma evolução de competência neste quesito.

As menores diferenças de médias relacionam-se com as competências de “*Resiliência, Liderança e Pensamento Estratégico*”, neste sentido, pode-se observar que o perfil dos participantes, tende a ser bem desenvolvidos nestas competências, possivelmente porquê, em sua maioria já são acadêmicos ou profissionais formados. Como percepção de perfil dos respondentes, a questão de “*Resiliência*”, aborda a situação de conhecimento próprio do participante e como ele se entende, diante ao seu foco e objetivos, quando as situações parecem controversas e o pressionam a desistir. Como reflexo disso, os resultados obtidos acerca das competências relacionadas ao conhecimento de como agir em situações semelhantes, mostram que ao longo do evento os participantes tiveram algum ponto de evolução, mas não caracteriza grande mudança em sua relação com o evento.

Diante a escala de perfil, o quesito “*Trabalho em Equipe e Inteligência emocional*”, comparam-se em números de forma inversa com a escala de competências, por isso representam as menores médias, dessa forma em relação a análise de perfil, demonstram as maiores diferenças nas médias. Neste sentido, fica evidente que os respondentes, relacionados na escala de “*Trabalho em equipe*”, já dispõem de um perfil alinhado conforme suas interpretações acerca de que outras pessoas também são importantes no ambiente de negócios, ademais, salientam que também evoluíram sua atitude entendendo que a paciência e empatia, refletem o sucesso nos negócios.

A competência de “*Inteligência emocional*” se demonstra alinhada ao perfil dos respondentes, de modo que a questão apresentada para mensurar sua relação de entendimento antes do evento, apresenta baixa média, evidenciando que já é de conhecimento e habilidade dos participantes de eventos, controlarem suas emoções, perante diferentes formas de posicionamentos e situações.

De modo geral, fica estabelecido como escala mais pontuada, em relação ao perfil dos respondentes antes do evento, a “*Resiliência*”, seguida do “*Pensamento estratégico*”, “*Criatividade*” e “*Resolução de problemas*”, ambas com a mesma quantidade de pontos. Em relação as percepções após evento, os maiores

pontuadores empatados são compostos por “Comunicação”, “Resolução de problemas” e também a “Resiliência”.

4.5 DISCUSSÃO DE RELAÇÃO ENTRE PARTICIPAÇÕES

De maneira a ampliar a análise perante os dados coletados, também será apresentado um cruzamento de informações, sobre a relação entre respondentes que foram participantes em mais de um evento na cidade de Chapecó. Esta ampliação se justifica afim de aplicar um filtro e observar se existe alguma diferença entre os aspectos gerais das respostas em escala em comparação com respondentes com mais experiências.

Neste sentido a tabela abaixo demonstra as médias de respostas que foram observadas, através deste filtro.

Quadro 6 - Resultados da pesquisa com filtro de participantes

AVALIAÇÃO DE PERCEPÇÕES DE PERFIL DOS PARTICIPANTES ANTES DO EVENTO		AVALIAÇÃO DE PERCEPÇÃO DE COMPETÊNCIA PÓS EVENTO	
Questão	Média	Questão	Média
1 -RESILIENCIA			
1 - Me considero uma pessoa resiliente, ou seja, não desisto facilmente das minhas tarefas.	3,8	1 - Ao longo do evento pude me entender como uma pessoa resiliente, pois consegui me adaptar perante as situações com meu time.	4,4
2- LIDERANÇA			
2 - Eu sou uma pessoa que gosta de estar no comando, eu lidero as pessoas ao meu redor para um objetivo em comum.	3,3	2 - Ao longo do evento eu soube ser a pessoa que liderava e direcionava meu time, mantendo-os unidos até o fim.	3,9
3-PENSAMENTO ESTRATÉGICO			
3 - Me considero uma pessoa estrategista, consigo facilmente antecipar situações e pensar antes de agir para cumprir meus objetivos	3,5	3 - Me desafio constantemente de modo a prever situações e me antecipar diante a adversidades.	4,2
4-COMUNICAÇÃO			
4 - Me considero uma pessoa comunicativa, não tenho vergonha de conversar e falar em público, a timidez não me abala.	3,2	4 - Ao longo do evento, eu aprendi que a comunicação e o diálogo podem me destacar em relação ao grupo.	4,4

5-CRIATIVIDADE			
5 - Eu sou uma pessoa criativa, busco sempre inovar perante minhas demandas do dia a dia.	3,7	5 - Ao longo do evento, eu aprendi a cultivar a criatividade pois ela não tem limites quando queremos construir algo diferente	4,4
6-NEGOCIAÇÃO			
6 - Acredito ser uma pessoa persuasiva, pois consigo fazer as pessoas mudarem de opinião através de negociação ou dialogo.	3,0	6 - A competição me tornou uma pessoa mais incisiva em minhas ideias e propósitos, aprendi a negociar meu sucesso.	4,2
7- RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS			
7 - Quando me deparo com situações adversas, lido com os problemas conforme vão surgindo.	3,5	7 - Aprendi a fazer problemas se tornarem oportunidades de melhoria diante aos meus objetivos.	4,5
8- GERENCIAMENTO DE TEMPO			
8 - Ao lidar com tarefas, raramente eu fico pressionado pelo tempo de entrega, consigo atender as expectativas de prazo.	3,2	8 - Sou menos procrastinador, e mais focado na entrega de resultados.	3,8
9 - TRABALHO EM EQUIPE			
9 - Ao pensar de forma empreendedora, acredito que o sucesso do meu negócio depende somente de mim.	2,8	9 - Aprendi a ser paciente, e que para ter sucesso nos negócios é importante trabalhar com outras pessoas.	4,3
10 -CONHECIMENTO DE MERCADO			
10 - Eu sou uma pessoa atualizada e acompanho as tendências do ambiente empreendedor.	3,1	10 - Eu busco constantemente me atualizar com informações e notícias sobre empreendedorismo, agora vivo um pouco mais deste mundo.	4,1
11- INTELIGÊNCIA EMOCIONAL			
11 - Quando confrontado por algo, me deixo levar pelas emoções durante momentos de estresse.	2,4	11 - Aprendi a praticar empatia, as pessoas tem diferentes formas de agir perante situações, e o controle das minhas emoções é a primeira etapa da solução.	4,5

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Ao analisar em forma comparativa as relações de perfil e competências, dispostas no *Quadro 6*, pode se perceber que no quesito relacionado a “*Liderança*”, os respondentes com participações em dois eventos ou mais, se reconhecem mais como líderes e protagonistas que fomentam a união do time em suas respostas, a média em comparação com a relação do *Quadro 4*, demonstra que as percepções de competências desenvolvidas pelos participantes de somente um evento, puxam a média para baixo, refletindo assim que a partir de uma ou mais participações, pode se

considerar um aumento da competência de liderança. Fatores como a experiência e conhecimento perante eventos anteriores, podem influenciar diretamente neste aumento.

Não obstante, o posicionamento por parte dos respondentes na escala de “*Criatividade*” em forma de competência, demonstra que o conhecimento gerado perante as participações de eventos, propiciam uma maior abertura para movimentos criativos, e também impulsiona a liberdade de poder compartilhar ideias de modo a não serem julgadas, refletindo assim em pessoas mais inovadoras e com vontade de fazer a diferença, trazendo soluções que venham a somar esforços em seu dia a dia. Além disso, perante esta filtragem, foi possível observar que os respondentes com mais de uma experiência em eventos, concordaram que após os eventos, eles vivem mais o mundo empreendedor, e buscam novas oportunidades de se atualizar.

Isso pode ser relacionado, com o apresentado no outro campo desta pesquisa, visto que 54,8% dos respondentes, que representa 23 dos entrevistados, ou seja, mais da metade, já tenha participado de mais de um evento, levando a entender que de alguma forma os eventos criam uma cultura de manter aceso o espírito participativo e a busca de conhecimento para novas oportunidades na escala de “Conhecimento de mercado”. Ademais em relação ao perfil dos entrevistados, na visão antes de participarem dos eventos, apresentaram uma média de 3,1 de escala até 5, na relação de acompanhamento das oportunidades de empreendedorismo, logo antes dos eventos a busca por atualizações constantes não refletia como competência assídua no perfil dos respondentes.

De forma geral é possível comparar as percepções acerca de competências pós evento, relacionados no Quadro 4 e Quadro 5, e respondentes com experiência em dois eventos ou mais, demonstram uma maior percepção de competências desenvolvidas durante suas participações, visto que possivelmente no molde de já conhecerem as metodologias, já vão direcionados sabendo no que e onde podem somar, e fortalecer sua equipe.

Em relação ao molde geral dos perfis respondentes avaliados neste tópico, percebe-se que, em suma, suas respostas antes de participarem ativamente em eventos, permeiam diante a escala de pesquisa a média geral de 3,2 ponto na escala *likert*, e após a participação sua média subiu para 4,2 pontos, resultando em 1 ponto a mais de escala, na percepção de evolução ou desenvolvimento de competências por parte dos participantes. Dessa forma, o mapa das competências mais pontuadas

nos Quadros 4 e 5, refletem que, o perfil e histórico dos participantes de eventos, está diretamente relacionado com a percepção de competências em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, de modo que perante ao número de participações em eventos, a percepção dos participantes, elucida maior abertura no desenvolvimento de conhecimentos, habilidade e atitudes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perante as constantes modificações dos ambientes de aprendizagem e fomento de novas metodologias de ensino, as instituições de ensino ficam cada vez mais responsáveis por estruturar a base dos meios de aprendizagem, para o desenvolvimento de educação inovadora (HAMAD, 2020). No ambiente organizacional, a necessidade de pessoas que façam a ponte, entre o compartilhamento de competências e o desenvolvimento de inovação, criam a ligação entre quem precisa de competências e quem tem objetivo de inovar através de conhecimentos, habilidade e atitudes (JUNIOR; FARGONI,2020).

Levando em consideração que o presente estudo, buscou compreender de modo geral como os eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, atuam no desenvolvimento de competências de seus participantes, com foco em estudar eventos de curta duração que ocorrem no município de Chapecó, buscando identificar características que conceituam as competências para inovação, e apresentando os ambientes disponibilizados na cidade para a produção de inovação de modo a mapear as percepções de competências desenvolvidas em eventos de curta duração ocorridos na cidade.

Assim, esta pesquisa examinou conceitos a respeito de inovação, inovação em universidades, eventos de curta duração e o que são competências e habilidades, afim de compreender o que engloba estes ecossistemas, seguindo para uma pesquisa de percepção, com foco de identificar as perspectivas de perfis e desenvolvimento de competências inovadoras em participantes de eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração.

Acerca dos ambientes disponibilizados para produção de inovação, a pesquisa evidenciou que Chapecó tem como referência em inovação suas instituições de ensino que através de seus movimentos de incentivo interno, constituem os mecanismos de inovação da região. De modo a ditarem os espaços presentes no ecossistema regional, Chapecó segue um modelo de “Hélice quádrupla” de inovação, composta por cinco veios, que juntos fomentam a inovação municipal e formam um ciclo de relacionamento para o desenvolvimento da cultura inovadora. São eles: Institutos de ciência tecnologia e inovação, empresas, mecanismos de inovação, governo e por último a sociedade organizada regionalmente.

Em relação a isso, surgem os movimentos de estímulos de inovação, aqui representados como eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração. Nestes moldes, relacionando os cinco principais eventos da cidade, o ambiente de inovação e empreendedorismo permeia dentro da história dos participantes e soma para com a disponibilidade de novos espaços para criação de competições, e o município assume sua posição de forma receptiva, para ser sede de eventos de eventos nacionais.

Acerca das percepções da pesquisa realizada com participantes de eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração na cidade de Chapecó, foi possível perceber que cerca de entre os pesquisados, 81% acredita ter desenvolvido alguma competência particular em sua experiência como competidor, dentre estes, 95,2% também acreditam que os eventos influenciam positivamente no seu perfil profissional. Vale-se ressaltar que esta análise foi feita em cima da percepção dos respondentes, desta forma, não é possível afirmar que realmente tenham desenvolvido algumas competências. Porém, é possível mapear quais competências os participantes perceberam ter alguma mudança comparada a perguntas relacionadas ao seu perfil antes do evento, e suas percepções pós evento.

Seguindo a linha anterior, ao avaliar a percepção geral acerca das percepções de competências desenvolvidas, as escalas relacionadas ao perfil pré participação possuem como destaque a relação de capacidade de “*Resiliência*” como maior pontuadora na média de escalas. E no quesito percepção após evento, houve empate entre três competências, sendo elas a “*Comunicação*”, “*Resolução de problemas*” e também a “*Resiliência*”.

Por fim, os resultados foram filtrados de modo a disponibilizar uma segunda visão dos participantes, de modo a evidenciar somente aqueles que já haviam participado de dois ou mais eventos. Nesta visão, foi observado que, perante a média dos participantes na escala de competências, tais sujeitos tem uma maior percepção de desenvolvimento de competências, comparadas com seus perfis antes de adentrar o mundo dos eventos, definindo assim que as percepções de mudança talvez estão diretamente ligadas ao perfil relacional do participante de eventos.

Portanto, conclui-se que exista inúmeras possibilidades de pesquisa acerca de mensuração de competências desenvolvidas em eventos de inovação e empreendedorismo, e que os resultados obtidos podem sofrer alterações conforme as experiências anteriores dos sujeitos pesquisados e conforme análise aplicada pelo

pesquisador. Além do exposto, estudos sobre o emprego prático no ambiente de trabalho dos pesquisados, pode ser importante foco de extensão desta pesquisa. Como limitação do estudo, se percebe o pouco estudo material acerca de como eventos podem influenciar no perfil e competência de seus participantes, e também na definição de competências específicas. Como sugestão de pesquisa futuras, fica a disposição a relação entre as competências desenvolvidas em cada tipo de evento, e abordagem estadual sobre eventos realizados, visto que esta pesquisa abordou somente um município.

Sendo assim, esta pesquisa resalta como principais contribuições a apresentação dos ambientes de inovação dispostos no município de Chapecó, e o histórico de eventos proporcionados na cidade, com foco no desenvolvimento de inovação. Ademais, a respeito dos dados obtidos através desta pesquisa, é possível entender como os eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, influenciam nas percepções de competência dos participantes, após o evento.

REFERÊNCIAS

AMARO, Rubens de Araújo. Da qualificação à competência: deslocamento conceitual e individualização do trabalhador. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 89-111, 2008.

AVELINO, Wagner Feitosa; MENDES, Jessica Guimarães. A realidade da educação brasileira a partir da COVID-19. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 2, n. 5, p. 56-62, 2020.

AVELLAR, Ana Paula. Impacto das políticas de fomento à inovação no Brasil sobre o gasto em atividades inovativas e em atividades de P&D das empresas. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 39, p. 629-649, 2009.

AVENI, Alessandro; DE MELLO, Andrei Simão; DE MEDEIROS, Daliane Firmino. Inovação e empreendedorismo: o caso da feira de negócios e inovação da universidade de Brasília–unb. **Cadernos de Prospecção**, v. 10, n. 3, p. 426-426, 2017.

ANTONIOLI, Davide; MANZALINI, Rocco; PINI, Paolo. Innovation, workers skills and industrial relations: Empirical evidence from firm-level Italian data. **The Journal of Socio-Economics**, v. 40, n. 3, p. 312-326, 2011.

BACICH, Lilian; MORAN, José. **Metodologias ativas para uma educação inovadora: uma abordagem teórico-prática**. Penso Editora, 2018.

BOBSIN, Evandro Luis; OLIVEIRA, Jaqueline da Silva; CASAGRANDE, Roberta Fischer; ALFONSO, Taís Oliveira da Silva; SILVA, Bibiana Porto da. AVALIAÇÃO DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO DE UMA UNIVERSIDADE NA REGIÃO SUL DO BRASIL. **Revista Gestão em Análise**, [S.L.], v. 9, n. 3, p. 66, 29 dez. 2020. Instituto para o Desenvolvimento da Educação. <http://dx.doi.org/10.12662/2359-618xregea.v9i3.p66-80.2020>.

BOMFIM, Rosa Amorim. Competência profissional: uma revisão bibliográfica. **Revista Organização Sistêmica**, v. 1, n. 1, p. 46-63, 2012.

BORRAS, Susana; EDQUIST, Charles. Education, training and skills in innovation policy. **Science and Public Policy**, v. 42, n. 2, p. 215-227, 2015.

BRASIL. Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 3 dez. 2004. Disponível em: <http://planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm>. Acesso em: 01/06/2023.

CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dálcio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da inovação**. Curitiba: Aymará, 2011.

CELIK, Pina; STORME, Martin; DAVILA, Andrés; MYSZKOWSKI, Nils. Work-related curiosity positively predicts worker innovation. **Journal of Management Development**, v. 35, n. 9, p. 1184-1194, 2016.

CERINSEK, Gregor; DOLINSEK, Slavko. Identifying employees' innovation competency in organisations. **International Journal of Innovation and Learning**, v. 6, n. 2, p. 164-177, 2009.

CHIARINI, Tulio; VIEIRA, Karina Pereira. Universidades como produtoras de conhecimento para o desenvolvimento econômico: sistema superior de ensino e as políticas de CT&I. **Revista Brasileira de Economia**, v. 66, p. 117-132, 2012.

COBO, Cristobal. Skills for innovation: Envisioning an education that prepares for the changing world. **Curriculum Journal**, v. 24, n. 1, p. 67-85, 2013.

COMUNIDADE HACKATHON BRASIL (Brasil). Hackathon Brasil (ed.). **O que é Hackathon?** 2016. Disponível em: <https://hackathonbrasil.com.br/o-que-e-hackathon/>. Acesso em: 08 maio 2023.

DA SILVA, Louise de Quadros; FOSSATTI, Paulo. Aprendizagem por meio da maratona de desenvolvimento de soluções. In: **Anais do CIET: EnPED: 2020- (Congresso Internacional de Educação e Tecnologias| Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância)**. 2020.

DOS SANTOS, Adriana BA; FAZION, Cíntia B.; DE MEROE, Giuliano PS. Inovação: um estudo sobre a evolução do conceito de Schumpeter. **Caderno de Administração**, v. 5, n. 1, 2011.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learnig, 1986.

ENGEL, Elenice Padoin Juliani; SCHNEIDER, Michele Domingos. A promoção da inovação para o aumento da produtividade e da competitividade das micro, pequenas e médias empresas nacionais: orientações da estratégia nacional de ciência, tecnologia e inovação 2016-2022 e do plano de ação 2018-2022 do MCTIC. **Anais Seminário de Ciências Sociais Aplicadas**, v. 7, n. 7, 2022.

FELDMAN, Liliane Bauer; RUTHES, Rosa Maria; CUNHA, Isabel Cristina Kowal Olm. Criatividade e inovação: competências na gestão de enfermagem. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 61, p. 239-242, 2008.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso. Construindo o conceito de competência. **Revista de administração contemporânea**, v. 5, p. 183-196, 2001.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Plageder, 2009.

GIL, Antonio Carlos et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HAMAD, Aldrwin Farias. **Competências e habilidades para eventos de inovação de curta duração.** (2020).

HERÓI, Laura-Maija; LINDFORS, Eila; TAATILA, Vesa. Individual Innovation Competence: a systematic review and future research agenda. **International Journal of Higher Education**, v. 6, n. 5, pág. 103-121, 2017.

HERTON ESCOBAR (São Paulo). **Jornal da Usp (comp.). 15 universidades públicas produzem 60% da ciência brasileira.** 2019. Herton Escobar. Disponível em: <https://jornal.usp.br/universidade/politicas-cientificas/15-universidades-publicas-produzem-60-da-ciencia-brasileira/>. Acesso em: 08 nov. 2022.

JÚNIOR, João dos Reis Silva; FARGONI, Everton Henrique Eleutério. Tecnociência, industrialização e pesquisa na financeirização radical do capitalismo e da educação superior. **Revista Inter Ação**, v. 45, n. 3, p. 569-581, 2020.

KEELEY, Larry; PIKKEL, Ryan; QUINN, Brian; WALTERS, Helen. **DEZ TIPOS DE INOVAÇÃO: a disciplina de criação de avanços de ruptura.** São Paulo: Dvs Editora, 2015.

KEINÄNEN, Meiju; URSIN, Jani; NISSINEN, Kari. How to measure students' innovation competences in higher education: Evaluation of an assessment tool in authentic learning environments. *Studies in Educational Evaluation*, [s./], v. 58, p. 30-36, 2018.

LEITE, Tiago Henrique da Silva. **Projetos de hackathons e game jams continuam ou não? Um estudo sobre a continuidade de projetos desenvolvidos em eventos colaborativos de curta duração.** Master's thesis, Brasil, 2019.

LIMA, Ilíada Muniz; TEIXEIRA, Maria do Rocio Fontoura; LIMA, José Jerônimo de Menezes. Competências técnicas para gestores de projetos de cooperação científica e tecnológica de instituições públicas brasileiras de fomento à pesquisa. In: **Congresso Internacional de Desempenho do Setor Público (1.: 2017: Florianópolis, BR-SC). Anais. Florianópolis: CIDESP, 2017.**

LOPES, Ana Paula Vilas Boas Viveiros; FERRARESE, André; CARVALHO, Marly Monteiro de. Inovação aberta no processo de pesquisa e desenvolvimento: uma análise da cooperação entre empresas automotivas e universidades. **Gestão & Produção**, v. 24, p. 653-666, 2017.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina S. **Metodologia científica.** [Digite o Local da Editora]: Grupo A, 2019. *E-book*. ISBN 9788595029576. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029576/>. Acesso em: 18 jun. 2023.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 6.ed. Bookman, São Paulo: 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MEDEIROS, Marcelo. Pesquisas de abordagem qualitativa. **Revista Eletrônica de Enfermagem**, v. 14, n. 2, p. 224-9, 2012.

MORÁN, José. Mudando a educação com metodologias ativas. **Coleção mídias contemporâneas. Convergências midiáticas, educação e cidadania: aproximações jovens**, v. 2, n. 1, p. 15-33, 2015.

MOREIRA, Alessandro Messias; PIURCOSKY, Fabrício Pelloso; SILVA, Sidney Vergínio da; GUIMARÃES JÚNIOR, Ernani de Souza; CALEGARIO, Cristina Leal Lelis. O PERFIL DO EMPREENDEDOR: uma análise baseada em eventos de startups durante o ano de 2016 no sul de minas gerais. **Revista Ciências Humanas**, Taubate/Sp, v. 10, n. 1-1, p. 50-62, 24 out. 2017. Revista Ciências Humanas. <http://dx.doi.org/10.32813/rchv10n12017artigo16>.

NASCIMENTO, Décio Estevão do; LABIAK JUNIOR, Silvestre. **Ambientes e dinâmicas de cooperação para inovação**. Curitiba: Aymar, 2011.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Oslo: OCDE, 2005.

PORTO, Graciane Silveira. **Gestão da Inovação e Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

PADUA FILHO, Wagner. **INOVAÇÃO É TUDO**. São Paulo: Atlas, 2016.

PEREIRA, Elisabete MA; MERCURI, Elizabeth; BAGNATO, Maria Helena. Inovações Curriculares: experiências em desenvolvimento em uma universidade pública. **Currículo sem fronteiras**, v. 10, n. 2, p. 200-213, 2010.

PINHEIRO, André M.; SOUZA, Cleidson R. B. de; TENÓRIO, Nelson; F. FILHO, Fernando M.; MELO, Leandro A. O que acontece após um Hackathon? um estudo empírico. **Anais do XVII Seminário Integrado de Software e Hardware**, [S.l.], p. 1-12, 2020.

PHILIPPI JUNIOR, Arlindo; SILVA NETO, Antônio J. (ed.). **INTERDISCIPLINARIDADE EM CIÊNCIA, TECNOLOGIA & INOVAÇÃO**. Barueri: Manole Ltda, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul: Feevale, 2013. 277 p.

ROCHA, Ronaldy Oliveira; OLAVE, Maria Elena León; ORDONEZ, Edward David Moreno. **Estratégias de inovação: uma análise em startups de tecnologia da**

informação. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 9 (3), pp.237-271, 2020.

SBC - Sociedade Brasileira de Computação. Maratona de Programação. 2021. Disponível em: <https://www.sbc.org.br/educacao/maratona-de-programacao>. Acesso em: 20 jun. 2023.

SANCHES, Elizabeth Navas. Conceito de Competência. In: BLOG PULSES, 2023. Disponível em: <https://www.pulses.com.br/blog/conceito-de-competencia/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

SANCHES, Paula Luciana Bruschi; MACHADO André Gustavo Carvalho, "**Estratégias de inovação sob a perspectiva da Resourced-Based View: análise e evidências em empresas de base tecnológica.**" *Gestão & Produção* 21 (2014): 125-141.

SILVA, Pedro Henrique Oliveira; BITTENCOURT, Ibsen Mateus. Revisão Sistemática da Literatura de Competências Profissionais para Inovação: uma análise dos últimos 10 anos. **Cadernos de Prospecção**, v. 14, n. 4, p. 1130-1144, 2021.

SILVEIRA, Amélia; BIZARRIAS, Flávio Santino; CARMO, Hermani Magalhães Olivense do. Intenção Empreendedora dos Participantes do Startup Weekend: análise longitudinal. **International Journal Of Advances In Management And Economics**. [S. L.], p. 90-102. 05 jan. 2018. Disponível em: <https://www.managementjournal.info/index.php/IJAME/article/view/59>. Acesso em: 08 maio 2023.

SEBRAE. **PLANEJAMENTO DO ECOSSITEMA DE INOVAÇÃO**: relatório final. Chapecó: Sebrae, 2022.

SENHORAS, Elói Martins. **Estruturas de gestão estratégica da inovação em universidades brasileiras**. EdUFRR, 2012.

TARTARI, Jaqueline; WILBERT, Julieta K. W.; SOUZA, João A. de; DANDOLINI, Gertrudes A.. Competências individuais para a inovação: em busca do profissional inovador. **Espacios**, v. 35, n. 11, p. 4-4, 2014. [S. L.]. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a14v35n11/14351104.html>. Acesso em: 12 maio 2023.

TAVARES, Kênia Rocha; PHILIPPI, Daniela Althoff; PORTO, Bruno Matos. Dificuldades na cooperação universidade-empresa para a inovação em universidades de Mato Grosso do Sul. **Revista Gestão Universitária na América Latina - Gual**, [S.L.], p. 142-164, 23 jun. 2021. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/1983-4535.2021.e76161>.

TECHSTARS (Colorado). Techstars Central Llc (ed.). **Techstars Startup Weekend: why startup weekend.** Why Startup Weekend. 2023. Disponível em: <https://www.techstars.com/communities/startup-weekend>. Acesso em: 08 maio 2023.

UNOCHAPECÓ - Universidade Comunitária da Região de Chapecó. Maratona de Programação 2012. Disponível em:
<https://www.unochapeco.edu.br/noticias/maratona-de-programacao-2012>. Acesso em: 20 jun. 2023.

VALENTE, Silza Maria Pasello. Competências e habilidades: pilares do paradigma avaliativo emergente. **Texto é parte integrante da Tese de Doutorado: Parâmetros Curriculares e Avaliação nas Perspectivas do Estado e da Escola**, 2002.

VERÍSSIMO, Marília Pinheiro de Almeida; BACIC, Miguel Juan. O ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DE CAMPINAS E AS INICIATIVAS EMPREENDEDORAS DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS: o caso da universidade estadual de campinas. **Lecturas Seleccionadas de La XXIV Reunión Anual Red Pymes Mercosur**, p. 272, 2018.

ZATESKO, Leandro. Maratona All FACE. 2014. Disponível em:
https://www.beecrowd.com.br/repository/UOJ_1626.html. Acesso em: 20 jun. 2023.

APÊNDICE

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO ASPECTOS GERAIS DA PESQUISA

Gênero *

- Feminino
- Masculino
- Outro

Idade *

- Menor de 18 anos
- 18 a 20 anos
- 21 a 25 anos
- 26 a 30 anos
- acima de 30 anos

Escolaridade *

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino técnico ou profissionalizante
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação (especialização, mestrado, doutorado)

Se esta cursando ou possui ensino superior, qual é a sua área de formação acadêmica? *

- Ciências Naturais e Exatas (Física, Química, Biologia, Matemática, etc.)
- Ciências Sociais e Humanas (Sociologia, Psicologia, História, Geografia, etc.)
- Engenharias e/ou Tecnologia (Engenharia de Software, Ciência da Computação, Tecnologia d...
- Saúde e Ciências Médicas (Medicina, Enfermagem, Fisioterapia, Farmácia, etc.)
- Artes e Humanidades (Artes Visuais, Música, Teatro, Dança, Literatura, etc.)
- Educação e Pedagogia (Pedagogia, Educação Infantil, Educação Especial, etc.)
- Negócios e Administração (Administração, Contabilidade, Finanças, Marketing, etc.)
- Outros...

Você já participou de alguma competição de empreendedorismo e ou inovação de curta duração em Chapecó ? *

- Sim
- Não

Seção 2 - Participação em Eventos

Nesta seção, busca-se conhecer as suas percepções dentre suas experiências em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração.

Se você respondeu "Sim" à pergunta anterior, quantos eventos/competições de curta duração * você já participou?

- 1 evento
- 2 eventos
- 3 eventos
- 4 eventos
- 5 ou mais eventos

Quais dos eventos listados abaixo você já participou? (Permite mais de uma resposta) *

- Startup Weekend
- Hackathon
- Desafio Empreende UFFS
- Maratonas de inovação
- Maratonas de programação
- Outros...

Como você classifica o ambiente no qual o evento foi realizado? (Permite mais de uma resposta) *

- Escola Básica
- Escola de ensino técnico
- Faculdade / universidade
- Polos de inovação e tecnologia
- Empresa ou indústria
- Outros...

Você acredita ter desenvolvido alguma competência particular, diante sua participação em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração? *

- Sim
- Não
- Talvez

Você acredita ter desenvolvido alguma competência particular, diante sua participação em eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração? *

- Sim
- Não
- Talvez

Baseado em sua resposta anterior, acredita que eventos de inovação e empreendedorismo de curta duração, podem influenciar positivamente na sua forma de se posicionar no âmbito profissional? *

- Sim
- Não
- Talvez

Quais foram os maiores desafios que você enfrentou durante as competições de empreendedorismo? (Marque todas as opções que se aplicam) *

- Gerenciamento do tempo.
- Lidar com a pressão e o estresse.
- Trabalhar em equipe e conciliar diferentes perspectivas.
- Apresentar ideias de forma clara e convincente.
- Superar a concorrência de outros participantes.
- Identificar e solucionar problemas de negócio.
- Não tive desafios.
- Outros...

9 - Ao pensar de forma empreendedora, acredito que o sucesso do meu negócio depende somente de mim. *

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

10 - Eu sou uma pessoa atualizada e acompanho as tendências do ambiente empreendedor. *

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

11 - Quando confrontado por algo, me deixo levar pelas emoções durante momentos de estresse. *

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

