

MOVIMENTO JOVEM EMPREENDEDOR E SUA RELAÇÃO COM A INOVAÇÃO E PROPRIEDADE INTELECTUAL

YOUNG ENTREPRENEUR MOVEMENT AND THE ASSOCIATION TOWARDS THE INTELLECTUAL PROPERTY AND INNOVATION

Alan Farias Costa

Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual, Universidade Federal de Sergipe – UFS
alanfarias02@hotmail.com

 orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3705-0469>

Iracema Machado de Aragão

Doutora em Administração, Universidade de São Paulo - USP
aragao.ufs@gmail.com

 orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4328-191X>

DOI: <https://doi.org/10.36942/reni.v7i1.523>

RESUMO

O empreendedorismo é um fenômeno multifacetado que engloba a criação de novos negócios, empregos, inovação, e impacta no desenvolvimento do país. Nesse contexto, o movimento jovem empreendedor estimula a criação de novos negócios idealizados e geridos por jovens. O presente estudo teve como objetivo geral identificar as práticas adotadas pelo movimento jovem empreendedor no Nordeste do Brasil para propor ações que estimulem a preocupação com a propriedade intelectual e inovação no empreendedorismo jovem. A pesquisa é do tipo mista, sendo qualitativa e quantitativa, com abordagem descritiva. Os resultados referem-se as práticas de apoio ao empreendedorismo jovem que acontecem por meio de parcerias com instituições públicas e privadas, reuniões de planejamento e brainstorming que resultam em cursos, treinamentos, eventos e palestras. Quanto às atividades de inovação, PI e transferência de tecnologia têm-se que advêm de palestras sobre inovação, networking, competições de modelos de negócio e eventos em universidades e faculdades.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Jovem. Inovação. Propriedade Industrial

ABSTRACT

Entrepreneurship is a multifaceted phenomenon that encompasses the creation of new businesses, jobs, innovation, and impacts on the country's development. In this context, the young entrepreneur movement encourages the creation of new businesses designed and managed by young people. The present study aimed to identify the practices adopted by the young entrepreneur movement in the Northeast of Brazil to propose actions that stimulate the concern with intellectual property and innovation in youth entrepreneurship. The research is of a mixed type, being qualitative and quantitative, with a descriptive approach. The results refer to practices to support youth entrepreneurship that take place through partnerships with public and private institutions, planning and brainstorming meetings that result in courses, training, events and lectures. As for innovation, IP and technology transfer activities, they have come from lectures on innovation, networking, business model competitions and events at universities and colleges.

Keywords: Entrepreneurship. Young Entrepreneurship. Innovation. Industrial property

JEL Classification: L26 Entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo é um processo multifacetado e envolve a descoberta, exploração, criação de novos negócios e oportunidades lucrativas, inovação, ideias, criatividade, risco e crescimento econômico (SHANE e VENKATARAMAN, 2000; MCKELVIE e WIKLUND, 2010).

De acordo com o estudo sobre a dinâmica empreendedora publicado no *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019*, o Brasil é considerado um dos países mais empreendedores do mundo. As taxas de Empreendedorismo Inicial (TEA), Empreendedorismo Estabelecido (TEE) e Total de Empreendedorismo (TTE) registradas colocam o Brasil em uma posição de destaque entre os 55 países que participaram do levantamento. O empreendedorismo contribui para o desenvolvimento de uma nação, por meio da criação de novos negócios, aumento da competitividade e estímulo a concorrência (TUNALI; SENER, 2019).

Ainda segundo as informações contidas no GEM (2019), o país apresenta a 4ª maior taxa de empreendedores iniciais. Os números são superiores aos registrados, por exemplo, nos países Rússia, Índia, China e África do Sul, EUA, Colômbia, México e Alemanha. Considerando a taxa de empreendedores estabelecidos, o Brasil apresenta a 2ª maior taxa Global. Destaque semelhante é o alcançado com a taxa total de empreendedorismo, onde o Brasil apresenta a maior taxa entre os BRICS.

Diante desse cenário, o empreendedorismo na juventude tem crescido nos últimos anos. E um número expressivo de jovens revela o desejo de empreender. A pesquisa Amway Global Entrepreneurship Report (AGER) 2018, realizada pela Universidade Técnica de Munique (TUM) e validada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), apontou que 56% dos brasileiros desejam empreender. Destes, 74% são jovens entre 18 e 35 anos.

Conforme Di Nunzio (2015), esse tipo de empreendedorismo tem contribuído para a inserção do jovem no mercado de trabalho. Observa-se que o índice de desemprego nessa faixa etária aumentou, impulsionado pela pandemia causada pelo Coronavírus. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no 1º trimestre de 2020 a taxa de desemprego fechou em 27,1% entre jovens de 18 a 24

anos, registrando uma alta de 3,3 em relação ao mesmo período de 2019, o salto foi o 2º maior de toda a série histórica. Os números são mais expressivos para os jovens de 14 a 17 anos, a taxa de desemprego fechou em 44% no mesmo período.

Para Preedy e Jones (2017), os jovens além de empreender, também estão conduzindo o movimento jovem empreendedor, esse movimento desempenha um papel na promoção do empreendedorismo, são definidos como informais, extracurriculares, sem fins lucrativos, liderados por jovens e estudantes executando ações e projetos que impactam a realidade local.

O movimento jovem empreendedor tem como finalidade inspirar os participantes a considerar o empreendedorismo como uma opção de carreira, e auxiliar no desenvolvimento da mentalidade empreendedora, oferecendo a possibilidade de construir uma rede de contatos e trocar experiências com empreendedores experientes, além de estimular a inovação (FARNY e KIRO, 2015).

Como resultado da junção entre empreendedorismo, empreendedorismo jovem, movimento jovem empreendedor e inovação, surge propriedade intelectual (PI). De acordo com Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) (2020), esse termo está associado a capacidade de criação da mente humana e engloba a proteção dos direitos inventivos do autor de determinada criação. Silveira (2005) ressalta que a propriedade intelectual estimula as empresas no processo de competitividade, impulsionando a de criação de novas tecnologias e produtos.

Apesar da participação e atuação significativa dos jovens na criação de novos negócios e dos mecanismos de fomento, há um problema a ser considerado: pouco se conhece sobre a relação do movimento jovem empreendedor com a propriedade intelectual (PITTAWAY *et al.*, 2011; SIIVONEN *et al.*, 2019). Dessa forma, foi proposto para este estudo o seguinte questionamento: **Quais são as práticas desenvolvidas pelo movimento jovem empreendedor e sua interação com a propriedade intelectual?**

Para responder ao questionamento apresentado, este artigo tem como objetivo identificar as práticas adotadas pelo movimento jovem empreendedor no Nordeste do Brasil para propor ações que estimulem a preocupação com a propriedade intelectual e inovação no empreendedorismo jovem. Sendo definido os seguintes objetivos específicos: mapear o Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste e suas práticas de estímulo a PI; identificar as principais práticas de apoio ao empreendedorismo jovem;

destacar as atividades de Inovação, Propriedade Intelectual, Empreendedorismo Jovem e Transferência de Tecnologia nesses movimentos.

2 MOVIMENTO JOVEM EMPREENDEDOR, PROPRIEDADE INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA

O termo empreendedorismo foi criado entre a segunda metade do século XVIII e o início do século XIX, pelos economistas Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say (HART, 2001; THORTON, 2006). O termo se popularizou e é utilizado com frequência nos mais variados contextos, discursos e pelos mais diversos agentes, e normalmente é empregado em uma perspectiva voltada para negócios. A ideia de criação de novos negócios e inovação, unidos a um senso de oportunidade muito apurado além da capacidade de assumir riscos, e impactar no desenvolvimento da sociedade e economia é transversal a todos os principais conceitos teóricos sobre empreendedorismo. Al-Dajani *et al.* (2015) pontuam que o empreendedorismo é um fenômeno fundamentalmente socioeconômico, e altamente dependente do contexto de onde se desenvolve.

Ao longo dos anos surgiram várias ramificações do empreendedorismo, e o empreendedorismo jovem vem ganhando destaque no cenário mundial, sendo objeto de estudo de diversos autores (GELDHOF *et al.* 2014; DI NUNZIO, 2015). Para Fillion *et al.* (2008) os jovens empreendedores usam como fonte de ideias para os seus negócios os conhecimentos obtidos por meio de estudo do setor no qual irão atuar e também usam como base os conhecimentos adquiridos nas empresas em que trabalharam antes de empreender.

As Instituições de Ensino Superior (IES) desempenham um papel fundamental no tocante a promoção do empreendedorismo. Em adição ao conteúdo do currículo acadêmico, surgiram oportunidades de aprendizado fora da sala de aula, por meio de participação no movimento jovem empreendedor (PITTAWAY *et al.*, 2011; RAE *et al.*, 2012).

Ainda segundo Pittaway *et al.* (2011) na literatura internacional de pesquisa, o movimento jovem empreendedor é identificado como sociedades e clubes de

empreendedorismo (CEs), e são definidos como independentes liderados por um grupo ou clube de estudantes, onde o principal objetivo é educar, inspirar e atrair pessoas interessadas em aprender sobre negócios e desenvolver habilidades empreendedoras. Movimento jovem empreendedor tende a se envolver em diversas atividades que incluem: eventos, competições, rodadas de negócios, seminários e *networking*. Sobre a sua composição geralmente inclui estruturas formais com presidentes, vice-presidentes e demais membros (PITTAWAY *et al.*, 2015).

O movimento jovem empreendedor se espalhou pelo mundo. Os grupos mais antigos foram fundados em 1990 no *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), *Stanford* e na Universidade da Califórnia para impulsionar atividades empreendedoras dentro e em torno dessas universidades. De acordo com Preedy e Jones (2017), o movimento jovem empreendedor passou a denotar diferentes formas de atividades organizada sobre o empreendedorismo estudantil. Exemplo disso, são os grupos que trabalham afiliados com IES, empresas privadas ou órgãos governamentais, integrando movimentos estudantis, atuando em distintos canais com diferentes graus de envolvimento de alunos.

Os motivos que levam o jovem a participar de algum movimento, é a oportunidade de se envolver em várias atividades do universo empreendedor, e a possibilidade de se utilizar dessa experiência como preparação para iniciar o seu próprio negócio, adquirindo experiência prática em um ambiente de aprendizado experimental e colaborativo, com pessoas que pensam da mesma forma. Além disso, desenvolvem habilidades de liderança e se envolvem em projetos sociais, dividindo papéis e tarefas em um ambiente de trabalho que costuma ser voluntário (BAGHERI e PIHIE, 2012; PREEDY E JONES, 2017).

Segundo Suomalainen *et al.* (2016) a participação dos jovens em movimentos com as características elencadas, aumentam acentuadamente as intenções empreendedoras dos mesmos quando comparado ao restante da população, refletindo-se na capacidade de inovação e no surgimento de possíveis criações e invenções. Bocchino *et al.* (2010), ressalta que a propriedade intelectual engloba os direitos imateriais que incidem sobre as criações do intelecto humano e que possuem valor econômico.

A vivência no movimento jovem empreendedor é majoritariamente focada no desenvolvimento de projetos, eventos e competências relacionadas ao empreendedorismo (PITTAWAY *et al.*, 2011).

Jungmann (2010), cita a importância do conhecimento acerca dos princípios legais e éticos que envolvem a concepção de PI dentro do universo empreendedor. Sendo assim, o conhecimento acerca do tema pode evitar que uma atividade empreendedora, impacte o direito de propriedade intelectual de terceiros, concorrentes ou outros agentes do mercado, o que acarretaria penalidades jurídicas cabíveis. (DI BLASI, 2015).

A propriedade intelectual legalmente protegida está diretamente relacionada a finalidade do movimento jovem empreendedor, de promover o empreendedorismo e proporcionar competitividade entre as empresas. Utilizando-se dos mecanismos de proteção a PI é possível: favorecer o comércio internacional; estimular novos métodos de produção; aumentar a produtividade; gerar riquezas; melhorar a qualidade de vida e fomentar a inovação (JUNGMANN, 2010).

Dos tipos de movimento jovem também pode resultar Transferência de Tecnologia (TT). De acordo com Peduti (2020), TT é o processo que possibilita que pessoas, empresas ou governos tenham acesso a métodos de manufatura, tecnologia ou conhecimentos específicos. Sendo assim, contribui para o desenvolvimento científico e tecnológico fazendo com que estes sejam mais acessíveis, oportunizando a criação de novos: a) produtos, b) materiais, c) serviços, d) processos, e) aplicações.

Segundo informações do guia de transferência de tecnologia da Universidade de São Paulo (USP), é possível caracterizar o processo em duas formas distintas: em desenvolvimento da tecnologia, onde os paradigmas tecnológicos são modificados pelo processo de inovação de produtos e processos; e em difusão tecnológica, onde, para a solução de problemas, utilizam-se os paradigmas tecnológicos existentes, usam-se as informações técnicas e adotam-se tecnologias (de produtos ou de processos) disponíveis comercialmente em fontes externas (BAGNATO *et al.*, 2016).

Ainda segundo o guia, para concretizar o processo de TT se faz necessários negociações com os possíveis parceiros, visando ajustar ofertas, propostas e contrapartidas até a aceitação mútua, que é celebrada mediante contrato, ou então pelo simples acordo de vontades, que possibilita disponibilizar o produto ou serviço para

venda (BAGNATO et al., 2016). No Brasil a transferência de tecnologia é registrada junto ao INPI, e pode ser realizada entre empresas nacionais ou internacionais (INPI, 2020).

2.1 Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste do Brasil – Junior Achievement (JA) e Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE)

Fundada em 1919, nos EUA, a *Junior Achievement* (JA) atua em mais de 100 países e foi uma das primeiras organizações a levar programas de empreendedorismo para crianças e jovens da América Latina (JA BRASIL, 2020).

Segundo publicação da JA BRASIL (2020), os programas de Educação Empreendedora da instituição estão alinhados com alguns objetivos do desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), são eles: **ODS 4** - Educação de qualidade: Assegurar a educação inclusiva, equitativa, de qualidade e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos. **ODS 8** - Trabalho decente e crescimento econômico: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno, produtivo e trabalho decente para todas e todos, inclusive, a instituição foi reconhecida pela ONU por cumprir o objetivo número 8.

A *Junior Achievement* (JA) está presente no Brasil desde 1983 e possui representação em todas as unidades federativas. Na Região Nordeste, desde o ano de 1995 a instituição está presente com atuação em todos os estados.

A história dos Conselhos de Jovens Empreendedores (CJE) e Associações de Jovens Empreendedores (AJE) está diretamente ligada a Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE), sendo assim, se faz necessário apresentar essa Confederação. A entidade sem fins lucrativos, originou-se nos grupos de jovens empreendedores que, a partir de 1992, passaram a reunir-se como Fórum Nacional de Jovens Lideranças Empresariais. Em 1998, decidiram criar a CONAJE que foi constituída formalmente em 2000 por jovens de Brasília (CACB, 2020).

De acordo com CONAJE (2020) a instituição atua no fomento ao empreendedorismo com base em três pilares estratégicos: relacionamento, capacitação e representatividade. Por meio do fortalecimento, criação e manutenção de novas empresas, principalmente geridas por jovens. Mediante parcerias, trabalha também para o estabelecimento de políticas públicas e práticas institucionais que incluam os

micros e pequenos empreendedores nas primeiras categorias de estratégias de desenvolvimento do país.

A CONAJE e seus movimentos coligados (conselhos e associações) relacionam-se com mais de 33 mil jovens empreendedores. Sendo a estrutura da instituição composta pelo Presidente, Vice-Presidente e doze diretorias: executiva, financeira, jurídica, eventos, integração, comunicação, planejamento, projetos e gestão, relações internacionais, relações governamentais, relações institucionais e conteúdo, negócios (CONAJE, 2020).

No âmbito internacional, participa da Aliança de Jovens Empreendedores do G20, Federação Ibero-Americana de Jovens Empresários (FIJE), Bloco Mercosul, BRICS Jovens Empresários e Países Lusófonos que possuem o português como idioma materno ou dominante (CONAJE, 2020).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa foi realizada sob a abordagem descritiva, visto que de acordo com Triviños (2008), expõe as características de determinada população ou de determinado fenômeno, por meio da observação, registro e análise do pesquisador.

O tipo do estudo é misto qualitativo e quantitativo, que conforme Creswell (2007) utiliza-se de estratégias de investigação que envolve coleta de dados para melhor entender os problemas de pesquisa, de forma que o banco de dados final represente tanto informações quantitativas como qualitativas

Para a análise de dados dessa pesquisa foram adotados os seguintes métodos: estatístico para a abordagem quantitativa e análise de conteúdo para a qualitativa.

O método estatístico refere-se à a redução de fenômenos sociológicos, políticos, econômicos, entre outros, em termos quantitativos. A manipulação estatística permite comprovar as relações dos fenômenos entre si, e obter generalizações sobre sua natureza, ocorrência ou significado (PEREIRA *et al.* 2018).

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que tem como objetivo dirimir as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados. Bardin (2011) aponta que a análise de conteúdo consiste em:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. ... A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores quantitativos ou não (BARDIN, 2011, p.38).

Tabela 01 - Membros da Junior *Achievement* no Nordeste do Brasil

ESTADO	MEMBROS
Alagoas	4
Bahia	4
Ceará	4
Maranhão	5
Paraíba	4
Pernambuco	5
Piauí	4
Rio Grande do Norte	5
Sergipe	4
Total de membros	39

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado JA BRASIL (2020)

Nesse estudo, o universo caracterizou-se por tipos de movimento jovem empreendedor, composto por Juniores *Achievements* com 39 membros e grupos distintos de movimentos filiados à CONAJE com 88 membros no Nordeste do país, conforme demonstrado nas tabelas 01 e 02, que detalham a quantidade de respondentes, classificando-os de acordo com o estado de origem e o movimento ao qual estão associados.

Tabela 02 - Membros dos Conselhos, Associações e Câmaras no Nordeste do Brasil

ESTADO¹	MEMBROS
Alagoas	4
Bahia	7
Ceará	6
Maranhão	25
Pernambuco	7
Piauí	10
Rio Grande do Norte	11
Sergipe	18
Total de membros	88

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado CONAJE (2020)

Para definir o tamanho da amostra foi feito o cálculo com base na proporção para Amostra Aleatória Simples sem reposição (AASs) que possui como base alguns parâmetros, sendo eles:

¹ A Paraíba não possui movimento filiado à CONAJE

N = tamanho da população

e = erro amostral tolerável, ou simplesmente, margem de erro.

P = proporção esperada de eventos, valores entre 0 e 1, por padrão é 0.5.

α = intervalo de confiança, por padrão considera-se 95%.

Temos a fórmula para determinação do tamanho da amostra n baseado na estimativa da proporção da população:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot (1 - p) \cdot (Z^{\alpha})^2}{p \cdot (1 - p) \cdot (Z^{\alpha})^2 + (N - 1) \cdot e^2}$$

Com auxílio do software R e da IDE RStudio, foi aplicado da seguinte maneira:

```
library(samplingbook)
amostra = sample.size.prop(e = 0.05, P = 0.5,
N = 127, level = 0.95) amostra
```

De acordo com os valores aplicados, tem-se que o tamanho da amostra para estimativa de proporção com correção de população finita considerando N = 127, margem de erro = 5% e proporção esperada P = 0,5. O tamanho de amostra necessário é n = **96**. O valor de n se apresenta como o mínimo confiável com margem de erro de 5% para confiabilidade da pesquisa.

Além do cálculo de proporção, a amostra foi definida por acessibilidade que, segundo Vergara (2010), caracteriza-se pela facilidade de acesso aos respondentes, compostos por um grupo de diretores oriundos da *Junior Achievement* região Nordeste e respondentes ligados aos movimentos filiados CONAJE no Nordeste do país.

Os sujeitos respondentes foram identificados por meio da rede de relacionamentos do pesquisador e a partir de contatos estabelecidos com membros ativos do movimento jovem empreendedor, utilizando-se das redes sociais e grupos de WhatsApp.

A coleta de dados dessa pesquisa foi realizada entre os dias 29 de dezembro de 2020 e 21 de janeiro de 2021, por meio da utilização de um questionário elaborado pelo autor, firmando-se nas referências consultadas e visitas realizadas as instituições Junior *Achievement* Buenos Aires, Junior *Achivement* São Paulo, Junior *Achievement* Aracaju e Conselho de Jovens Empreendedores de Sergipe.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Práticas de apoio ao empreendedorismo jovem

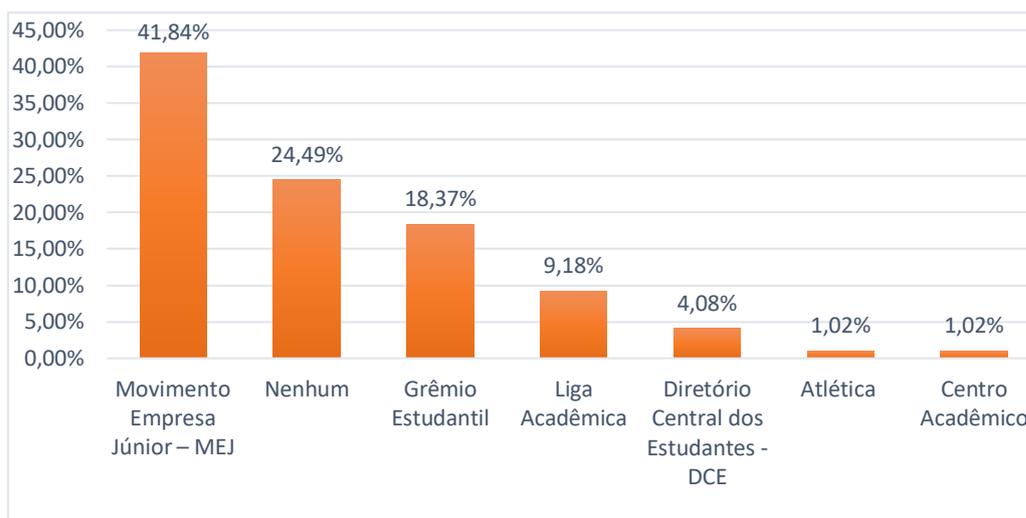
Os dados que compõem esta subseção têm a finalidade de apresentar informações acerca dos participantes desta pesquisa, bem como características da organização e operacionalização dos movimentos empreendedores em destaque nesta análise.

Dos 39 questionários enviados para os membros da Junior *Achievement* obteve-se 33 respostas e dos 88 questionários enviados para os membros dos movimentos filiados a CONAJE resultou-se em 65 respostas.

- **Participação em movimentos estudantis:** Para identificar elementos relativos à trajetória pregressa dos respondentes, questionamos a vivência deles em movimentos estudantis. Na figura 01 é apresentado de forma detalhada a participação dos membros da JA e Conselhos, Câmaras e Associações filiados a CONAJE em diferentes movimentos estudantis.

O Movimento Empresa Junior (MEJ) aparece em destaque na trajetória participantes deste estudo. Trata-se de organização estudantil, que pode ser constituída por estudantes em instituições de ensino superior, e que tem entre seus objetivos formar jovens líderes com conhecimento e comprometimento empreendedor, mediante prestação de assistência a empreendedores por meio de consultorias. As habilidades desenvolvidas no MEJ se assemelham às aptidões requisitadas nas práticas cotidianas da JA e dos movimentos filiados a CONAJE.

Figura 01: Participação dos membros do movimento jovem empreendedor no movimento estudantil



Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

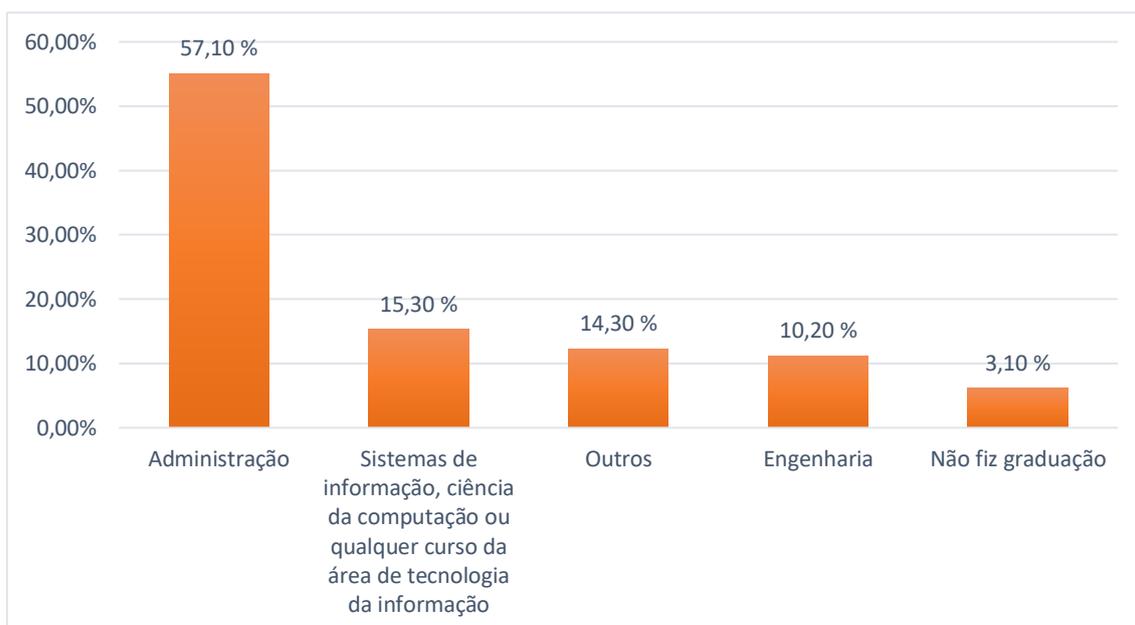
Segundo dados de MEJ (2019), desde sua fundação, em 1987 foram investidos cerca de 50 milhões de reais em educação empreendedora, distribuídos em mais de 150 Instituições de Ensino Superior, a partir da assistência a mais de 25 mil clientes, sendo aproximadamente 18 mil micros e pequenos empreendedores.

- **Formação:** Com relação ao nível de instrução formal, a maioria, representada por 96,9%, possui formação em cursos universitários ou tecnológicos, sendo predominante os respondentes graduados em administração, 57,10% (Figura 02):

Este nível de escolaridade identificado se mostra em concordância com a pesquisa Perfil do Jovem Empreendedor Brasileiro da Confederação Nacional do Jovem Empresário (CONAJE, 2018). Segundo os dados do relatório dessa pesquisa, os jovens que participam de movimentos empreendedores possuem, em sua maioria, cursos de especialização e de graduação, com destaque para os cursos da área de gestão.

- **Organização:** De acordo com 72,45% dos respondentes as ações executadas pelos movimentos objeto deste estudo são desenvolvidas por meio de parcerias, podendo ser com instituições públicas ou privadas, oriundas de reuniões de planejamento e *brainstorming*.

Figura 02: Formação dos diretores do Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste do Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

Pittaway *et al.* (2011) salientam que movimentos como esses precisam de parceiros para que suas ações possam ser viabilizadas, e que de maneira geral, não há grandes diferenciações entre a colaboração recebida de órgãos públicos, privados ou pessoas físicas, sejam por meio de parcerias para projetos específicos ou por pequenas contribuições mensais.

- **Fomento ao empreendedorismo Jovem:** As práticas desenvolvidas pelo movimento jovem empreendedor que fomentam o empreendedorismo para 70,41% dos respondentes são principalmente categorizadas como cursos e treinamentos, palestras e eventos, mentorias e consultorias, com destaque para o percentual que indica a realização de todas as opções.

Os movimentos ligados à CONAJE têm suas práticas focadas em palestras e eventos que tratam de temas relacionados aos desafios do cotidiano do empreendedor. Além disso, tem destaque em engajamento e participação em ações de caráter social, a exemplo do feirão do imposto, ação realizada em âmbito nacional que tem como objetivo chamar a atenção da população para os altos impostos pagos no país (CONAJE, 2020).

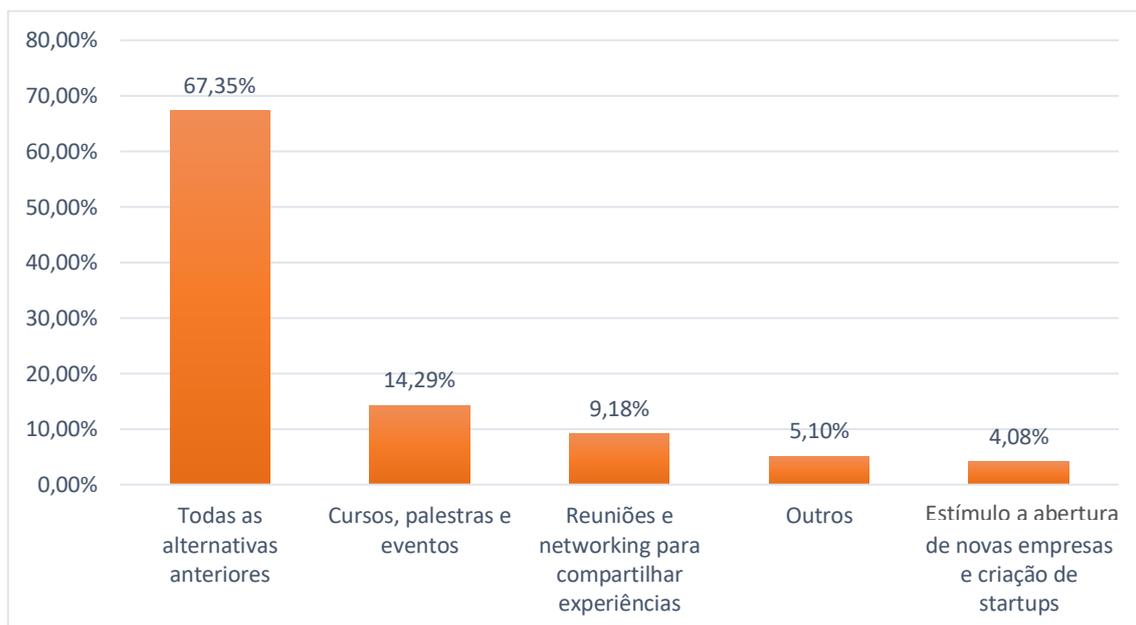
A *Junior Achievement* atua majoritariamente com cursos (programas) que utilizam o método ‘aprender-fazendo’, tendo seus programas de educação financeira reconhecidos pela ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira), e o programa “As

Vantagens de Permanecer na Escola” reconhecido pela Fundação Banco do Brasil como uma de suas tecnologias sociais (JA BRASIL, 2020).

Para Farny e Kyro (2015), as ações executadas pelos movimentos de jovens empreendedores abordam temáticas que possibilitam aos envolvidos perceberem o empreendedorismo como uma opção de carreira, além de proporcionar informações e novas perspectivas para quem já é empreendedor.

- **Inovação:** Este é outro aspecto de relevância no contexto do movimento jovem empreendedor e, como apresentado na figura 03, é compreendido pelos participantes deste estudo a partir de atividades de estímulo à inovação que fomentam ações como: abertura de novas empresas e criação de *startups*, cursos, palestras, eventos, reuniões e *networking* para compartilhar experiências. Também aqui há destaque para o elevado percentual (67,35%) de respostas que indicam a prática de todas as alternativas.

Figura 03: Práticas de estímulo à inovação



Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

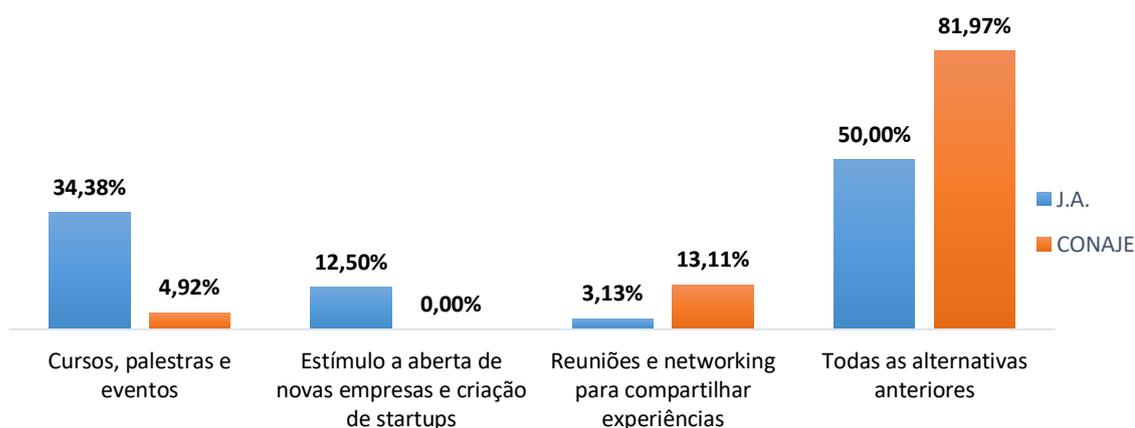
Tomando como base o Índice Global de Inovação (IGI) 2020, é possível considerar que os indicadores de inovação do Brasil estão abaixo do ideal, o referido indicador, que é resultado de uma colaboração entre a Universidade Cornell (INSEAD) e a Organização

Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), coloca o país na 62ª posição, de um total de 131 países participantes.

Neste contexto, Preedy e Jones (2017) ressaltam que os trabalhos realizados por movimentos como os analisados nesta pesquisa contribuem para o debate acerca do tema, estimulando a incorporação de práticas inovadoras e o desenvolvimento de posturas inovadoras.

Ao separar as respostas entre Junior *Achievement* e movimentos filiados a CONAJE (figura 04), tem-se que os membros da Junior *Achievement* seguem o padrão de resposta dos demais tipos de movimento no Nordeste. Destaca-se que os membros dos movimentos filiados a CONAJE têm como segunda atividade mais praticada “Reuniões e networking para compartilhar experiências”.

Figura 04: Comparação entre as práticas de estímulo a inovação da Junior *Achievement* e CONAJE



Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

4.2 Propriedade Intelectual e Movimento Jovem Empreendedor

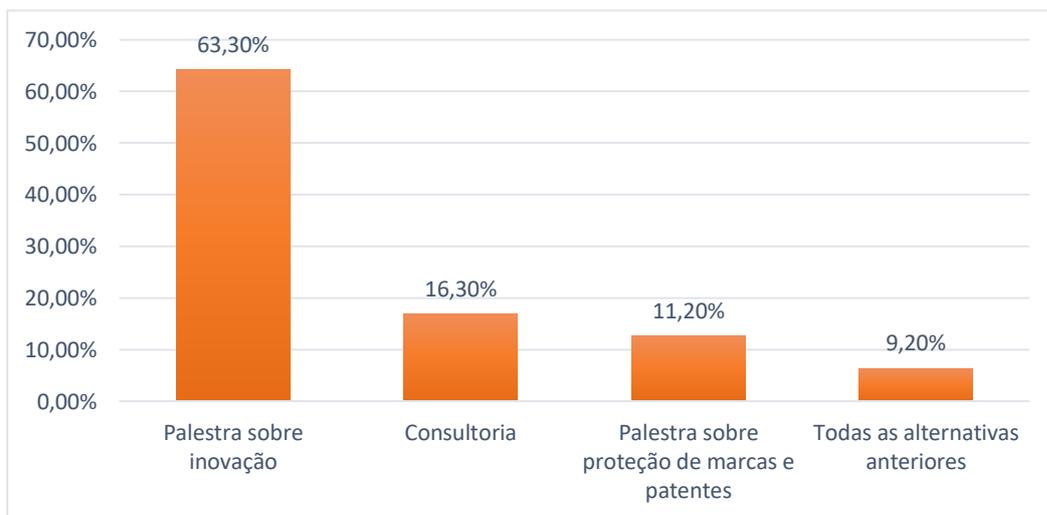
Com vistas para o tema central desta pesquisa, esta subseção apresenta as informações referentes à relação existente entre as atividades do movimento jovem empreendedor, a inovação e a propriedade intelectual.

- **Atividades voltadas para PI:** Estão especificadas na figura 05, as atividades realizadas pelo Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste do Brasil nos últimos 5 anos e que são relacionadas à PI.

Chama a atenção neste tópico o fato de que diferente do observado nos dados referentes às práticas desenvolvidas no movimento jovem empreendedor, em que o item “todas as alternativas anteriores” apareciam em destaque, há neste o predomínio de apenas uma opção: palestras sobre inovação, o que pode representar a necessidade de ampliar a gama de possibilidades para tratar sobre o tema.

De acordo com a pesquisa Inovação no Contexto do empreendedorismo Jovem, realizada em 2016 pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em parceria com o SPC Brasil, o jovem brasileiro reconhece a importância da inovação e de novas tecnologias para potencializar os resultados e impulsionar as vendas, porém, 49,7% dos entrevistados admitiram não incorporar essas práticas. O fato é que o debate sobre inovação no empreendedorismo jovem é necessário para o surgimento de negócios inovadores e de novas criações atrelados a PI.

Figura 05: Atividades realizadas nos últimos 5 anos pelo Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste do Brasil

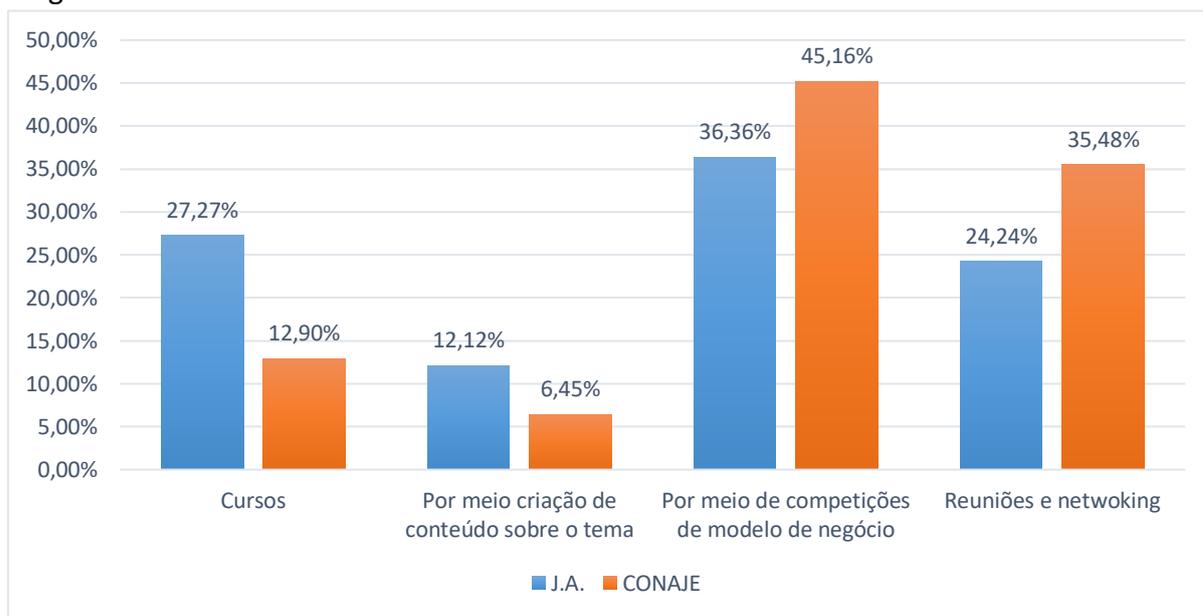


Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

- **Marcas, patentes e programas de computador:** A figura 06, traz um comparativo entre as respostas oriundas da *Junior Achievement* e CONAJE sobre as atividades do movimento jovem empreendedor e sua contribuição para novas criações (empresas e *startups*). Embora haja relativo equilíbrio entre os percentuais, a maior porcentagem aponta que a contribuição mais efetiva acontece por meio de competições de modelos de negócios

De acordo com o Mapeamento de comunidades emergentes região Nordeste, realizado em 2019 pela Associação Brasileira de Startups (ABS Startups) a Junior *Achievement* Rio Grande do Norte é citada como um líder do movimento empreendedor local e a Junior *Achievement* Sergipe é referenciada como responsável por geração e aperfeiçoamento de empreendedores.

Figura 06: Comparativo das contribuições do Movimento Jovem Empreendedor para o surgimento de PI



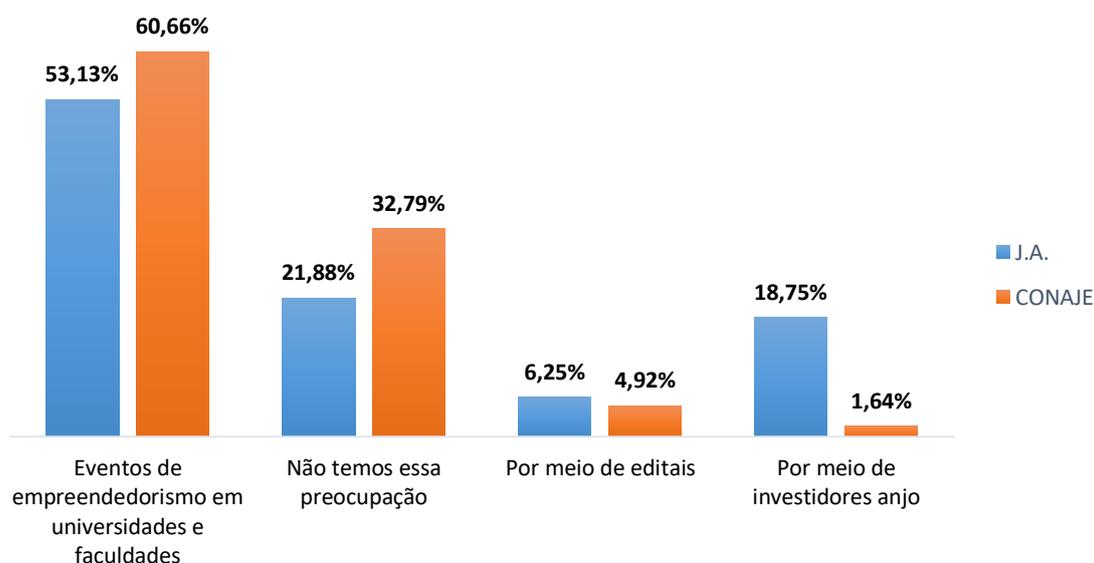
Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

- **Transferência de Tecnologia:** Os eventos em universidades e faculdades são os canais mais comumente utilizados para transferir tecnologia oriunda de processos de inovação e de modelos de negócios criados com a participação/estímulo do movimento jovem empreendedor. Este aspecto é reconhecido pelos diretores, conforme é mostrado nos dados da Figura 07. Contudo, percebe-se que parte significativa dos movimentos ainda não tem preocupação com a transferência de tecnologia.

Ainda segundo os dados, os movimentos filiados a CONAJE possuem destaque em relação a realização de eventos em Universidades e faculdades e também é o movimento com o maior percentual de respondentes que afirmam não ter preocupação com a TT (32,79%), conforme figura 07.

Utilizar as Universidades e Faculdades para transferir tecnologia é um mecanismo assertivo no contexto do empreendedorismo jovem, visto que para Lemos (2012), as universidades podem desempenhar um papel importante para a manutenção dos entes do ecossistema empreendedor. Segundo o autor, pode-se pontuar que tais papéis são: a) desenvolvimento de novas tecnologias a partir de pesquisas científicas, b) formação de profissionais aptos a atuar em empresas nascentes, c) qualificação em empreendedorismo, d) disponibilidade de infraestrutura, e) influência na disseminação da cultura do empreendedorismo localmente, f) relacionamento com instituições de pesquisa e agências de fomento, g) compartilhamento de conhecimento.

Figura 07: Comparação da preocupação com a Transferência de Tecnologia entre Junior Achievement e CONAJE



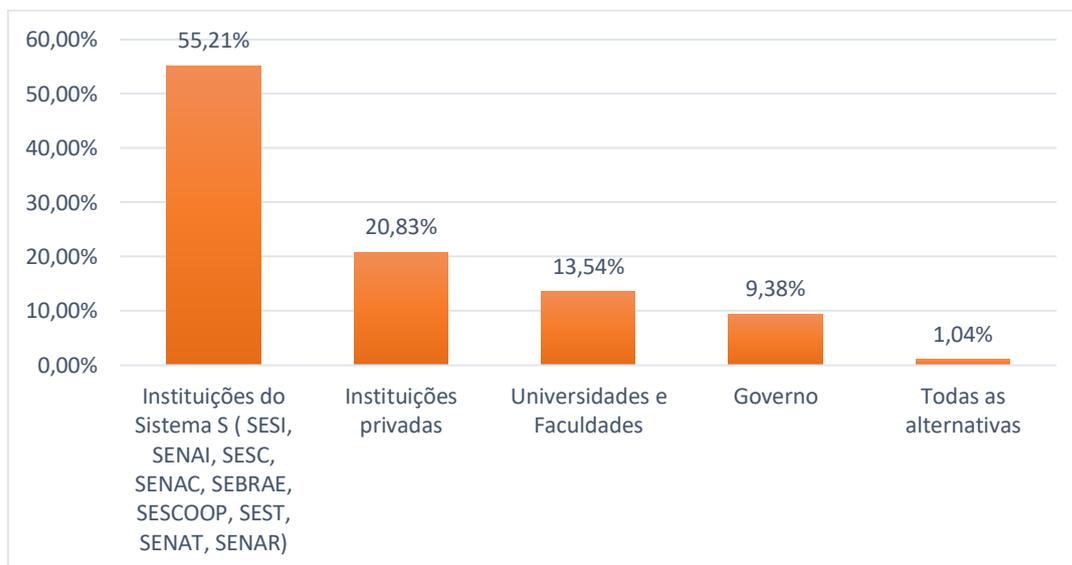
Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

Como exemplo do uso desse mecanismo é possível mencionar alguns programas executados pela *Junior Achievement* como o *miniempresa* e o *JA STARTUP*, que têm como finalidade solucionar problemas e desafios da sociedade por meio de ideias para *startups* e novos negócios. No entanto, para que a instituição de ensino superior consiga transferir a tecnologia oriunda dos seus cursos, os processos dos programas desenvolvidos precisam ser estruturados de forma clara para tal finalidade.

- **Parcerias:** Na figura 08, o tema em destaque são as parcerias realizadas pelo movimento jovem empreendedor para viabilizar a execução de suas ações. Observa-se

que apesar de haver diversidade entre os setores (público, privado, de economia mista e instituições de ensino superior), o Sistema S (SESI, SENAI, SESC, SENAC, SEBRAE, SESCOOP, SEST, SENAT, SENAR) corresponde ao principal parceiro.

Figura 08: Parceiras do Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste do Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

As instituições do Sistema S correspondem a importante parceria do movimento jovem empreendedor, pois contribui de diferentes maneiras, tais como a disponibilização de espaço físico para a realização de eventos, cursos, palestras e outros. Também apoiam por meio de recursos financeiros utilizados na realização das atividades. Além disso, em diversos estados do país o Sistema S insere representantes do movimento jovem empreendedor nos seus fóruns permanentes de debates sobre questões pertinentes ao cotidiano do empreendedor (CONAJE, 2020).

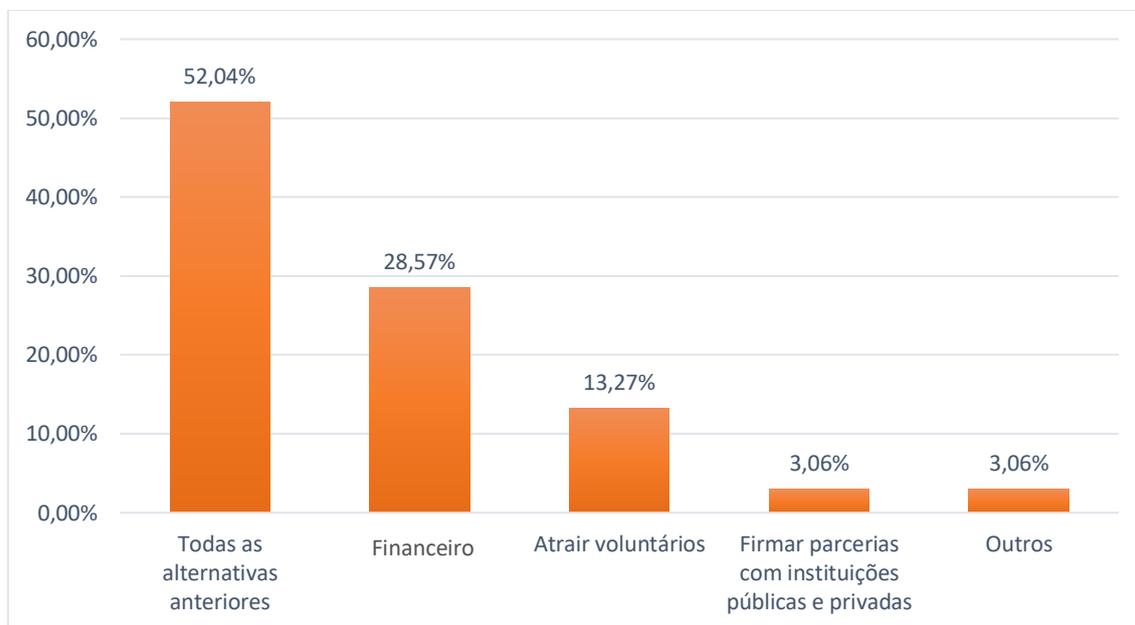
4.3 Dificuldades do Movimento Jovem Empreendedor

Apresentados os aspectos relativos à caracterização dos diretores, às atividades e a relação da propriedade intelectual com o movimento jovem empreendedor, esta subseção traz os dados sobre as dificuldades vivenciadas.

- **Dificuldades:** De acordo com os dados coletados, os principais empecilhos enfrentados pela *Junior Achievement* e pelos movimentos atrelados à CONAJE são

limitações financeiras, dificuldades para atração de voluntários e firmar parcerias com instituições públicas e privadas, conforme demonstrado na figura 09.

Figura 09: Desafios do Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste do Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

O movimento jovem empreendedor não possui fins lucrativos, portanto, o dinheiro utilizado é oriundo de parcerias feitas majoritariamente com pessoas jurídicas, tendo como finalidade a execução de suas atividades. As empresas parceiras têm conhecimento de que ao apoiar um movimento jovem empreendedor, estão investindo em *marketing* social, pois as ações desenvolvidas devem impactar a comunidade localmente.

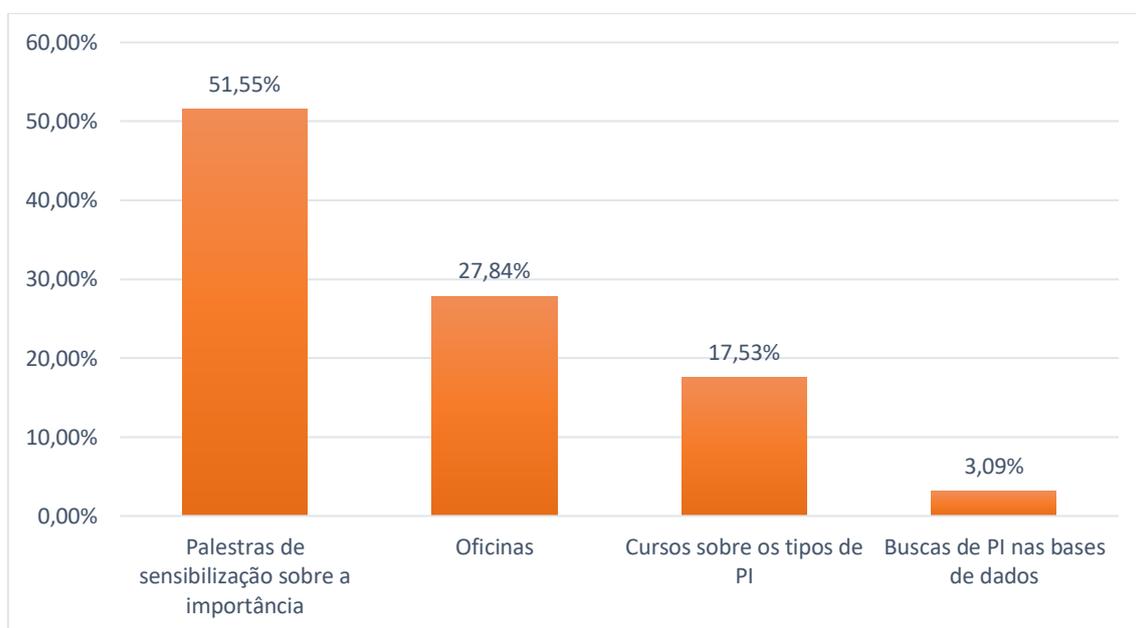
Manter parcerias é uma necessidade contínua, demanda bom relacionamento e resultados, além de ser influenciada por crises financeiras e situações imprevisíveis no contexto socioeconômico, a exemplo da pandemia causada pelo Corona vírus, que fez com que muitos mantenedores retirassem o seu apoio financeiro a diversas instituições sociais, dentre as quais se enquadra o movimento jovem empreendedor.

Os voluntários são pessoas que doam tempo auxiliando nas atividades e que, como contrapartida, aprendem com vivências e dinâmicas próximas à realidade de um empreendedor. Por conta do trabalho feito de forma gratuita, algumas ações demoram

para acontecer, seja por conflitos de agenda, por prioridades dos voluntários e pelo engajamento que está sempre oscilando.

- **Estímulo à PI:** Embora os respondentes reconheçam a importância do movimento jovem empreendedor tratar sobre a relação existente entre as atividades realizadas e a propriedade intelectual, este assunto ainda se insere como aspecto permeado por dificuldades. A figura 10, mostra às práticas consideradas importantes pelos respondentes para que haja estímulo ao registro de propriedade intelectual por parte dos membros do movimento.

Figura 10: Registro da Propriedade Intelectual



Fonte: Elaborado pelo autor com base na Pesquisa de Campo (2021)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como objetivo identificar as práticas do movimento jovem empreendedor no Nordeste do Brasil visando propor ações que estimulem a preocupação com a propriedade intelectual e inovação no empreendedorismo jovem, a elaboração desta pesquisa se ancorou na concepção teórica existente e os resultados se fundamentaram em dados secundários sobre tal temática.

Verificou-se que o movimento jovem empreendedor está presente em todo o Nordeste do Brasil desde 1995, por meio da *Junior Achievement* e dos Conselhos, Associações e Câmaras filiadas a CONAJE. Considerando que estamos tratando somente de uma região do país, os referidos movimentos mostram-se expressivos no contexto nacional.

A participação nesse tipo de movimento ocorre majoritariamente de forma voluntária. Isso mostra que os membros realmente acreditam na pauta do empreendedorismo e faz com que seus resultados sejam ainda mais significativos. Ambas as instituições informam ter capacitado milhares de jovens ao longo dos anos.

A *Junior Achievement* trabalha em prol do fomento ao empreendedorismo jovem, por meio de cursos e eventos voltados para a formação e o despertar do espírito empreendedor, utilizando-se de metodologias ativas, onde o aluno aprende de forma prática. Os Conselhos, Associações e Câmaras de Jovens Empreendedores, têm suas ações focadas em eventos, palestras, treinamentos e campanhas nacionais de interesse do jovem empreendedor e com potencial de impacto nas suas vidas, a exemplo da participação em comissões da Secretaria Nacional da Juventude, contribuindo com a concepção de políticas públicas voltadas para o jovem.

Além disso, outro fator importante destacado na pesquisa é a compatibilidade entre esse tipo de movimento acerca da sua organização e do processo de difusão da cultura do empreendedorismo. Ambos, utilizam práticas similares e que se assemelham ao predominante na literatura.

Foi constatado que o movimento jovem empreendedor contribui para o surgimento de PI, realizando palestras sobre inovação constantemente e principalmente por meio de competições de modelo de negócio. Contudo, na formatação dos eventos e cursos não existe uma preocupação com a propriedade intelectual, os projetos são pensados para que efetivamente surja um novo produto, serviço ou para que um empreendedor possa iniciar sua jornada, entretanto, não verificamos o direcionamento sobre a proteção da PI.

No tocante à transferência de tecnologia, foi evidenciado que as Universidades e Faculdades são parceiras do movimento para que isso aconteça. Existem muitas oportunidades no campo da TT com potencial para contribuir com a estabilidade econômica do movimento jovem empreendedor, que tem nos recursos financeiros uma

das principais dificuldades para operacionalizar suas ações. Compreender o potencial da PI e planejar transferir tecnologia oriunda de reuniões e networking promovida pelo movimento, pode resultar em uma fonte de receita permanente.

Todo os tipos de Movimento Jovem Empreendedor são importantes porque fomentam o empreendedorismo, contribuem com a formulação de políticas públicas que irão beneficiar o jovem empreendedor e apresentam o empreendedorismo como opção de carreira e renda, tendo como público-alvo os jovens.

Diante desta realidade, a ligação da Propriedade Intelectual com as práticas empreendedoras do movimento jovem empreendedor no Nordeste do Brasil, ocorre por meio do estímulo a competitividade e surgimento de novos negócios liderados por jovens. Fato que explicita e acentua a necessidade de ações que estimulem o fortalecimento da inovação e Propriedade Intelectual no empreendedorismo jovem, envolvendo todas as pessoas que participam de ações propostas por esses movimentos.

Após a pesquisa, acredita-se que os principais desafios do Movimento Jovem Empreendedor no Nordeste do Brasil são:

- a) Incluir a preocupação com a Propriedade Intelectual no seu plano de atuação;
- b) Atrair e reter voluntários;
- c) Obter novos patrocinadores e mantenedores;
- d) Realizar divulgações em veículos de grande alcance;
- e) Integrar o movimento as Universidades.

Como propositura para pesquisas futuras sugere-se estudos comparativos entre as práticas do movimento jovem empreendedor do Brasil e internacionais, porque a maioria dos estudos sobre o tema focam em: 1) criação de identidade e cultura dentro do movimento; 2) intenções empreendedoras dos participantes; 3) caracterização dos movimentos e suas atividades empreendedoras.

REFERÊNCIAS

AL-DAJANI, Haya *et al.* **Entrepreneurship among the Displaced and Dispossessed: Exploring the Limits of Emancipatory Entrepreneurship.** British Journal of Management, v. 26, n.4, 713–730, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12119>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL- ABPI. **O que é Propriedade Intelectual**. 2020. Disponível em: <https://abpi.org.br/blog/o-que-e-propriedade-intelectual/>. Acesso em 30 de mar 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **Mapeamento de comunidades emergentes região Nordeste**. 2019. Disponível em: https://d3pwz8qrais8b7.cloudfront.net/portal-wyden/public/custom-uploads/mapeamento_nordeste.pdf. Acesso em: 12 de janeiro de 2021.

BAGHERI, A.; PIHIE, Z.A.L. **Entrepreneurial leadership learning: In search of missing links**. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, v.7, p. 470-479, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.10.064>

BAGNATO, V. S.; ORTEGA, L. M.; MARCOLAN, D. Guia Prático II - Transferência de Tecnologia: Parcerias & Inovação Aberta. **Agência USP de Inovação – AUSPIN**, São Paulo, 2016. Disponível em: http://www.inovacao.usp.br/wp-content/uploads/sites/300/2017/10/cartilha_TT_bom.pdf. Acesso em: 01 de janeiro de 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 1ª ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRO, S. **La transferencia de I+ D, la innovación y el emprendimiento en las universidades Educación superior en Iberoamérica**. 1ª edição. Santiago: Centro Interuniversitario de Desarrollo, 2015.

BOCCHINO, L. O. OLIVEIRA, M. C. C. MAIA, M. S. PARMA, N. VON JELITA, R. R. R.. MACHADO, R. F. PENA, R. M. V. **Publicações da Escola da AGU: Propriedade Intelectual – conceitos e procedimentos**. Brasília: Advocacia – Geral da União, 2010.

CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL-CACB. **Apresentação**. 2020. Disponível em: <https://cacb.org.br/sobre-a-cacb/apresentacao/>. Acesso em: 15 mai.2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA-CNI. **Institucional**, 2020. Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/institucional/>. Acesso em 10 mai. 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS-CNDL. **Inovação no contexto do empreendedorismo jovem**. 2016. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2016/08/SPC-Relatorio-EmpreendedorismoJovem_Inova%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 01 de outubro de 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE JOVENS EMPRESÁRIOS-CONAJE. **Institucional**. 2020. Disponível em: <http://conaje.com.br/institucional/>. Acesso em: 01 de setembro de 2019.

CRESWELL, J. W. **Projetos de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DI BLASI, Gabriel. **Como o empreendedor deve entender a propriedade intelectual**. 2015. Disponível em: <https://endeavor.org.br/inovacao/como-o-empendedor-deve-entender-a-propriedade-intelectual/>. Acesso em: 02 de outubro de 2020.

DI NUNZIO, Marco. What is the alternative? Youth, entrepreneurship and the developmental state in urban Ethiopia. **Development and Change**, v.46, n.5, p. 1179-1200, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1111/dech.12187>

FARNY, S.; KYRÖ, P. **Entrepreneurial Aalto – Where science and art meets technology and business**, London: The Entrepreneurial University: Context and Institutional Change, Routledge, 2015. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315737065>

FILLION, Louis Jacques. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, p.39-93, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712008000800004>

FINEP. **Manual de Oslo**. 1997. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2021.

GARCÍA-GARCÍA, Victor Daniel. Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, v.13, n.2, p. 1221-1236, 2015. DOI: <https://doi.org/10.11600/1692715x.13246200315>

GELDHOF, G. John *et al.* Fostering Youth Entrepreneurship: Preliminary Findings From the Young. **Journal of Research on Adolescence**, v.24, n.3, p.431–446, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1111/jora.12086>

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo**. 2018. Disponível em: <http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20%20Brasil%202018%20-%20web.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2020.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo**. 2019. Disponível em: Disponível em: <http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP REPORT-AGER. 2018. Disponível em: <https://www.multivu.com/players/English/8289451-amway-global-entrepreneurship-report-2018/>. Acesso em: 28 de setembro de 2020.

GOVERNO DO BRASIL. **Solicitar a proteção da Propriedade Intelectual**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/solicitar-a-protecao-da-propriedade-intelectual>. Acesso em 25 ago.2020.

GUERRERO, Maribel *et al.* **Entrepreneurial universities: emerging models in the new social and economic landscape**. *Small Business Economics*, v.47, n.3, p. 551-563, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9755-4>

HART, D. M. L. **Life and works of Jean-Baptiste Say**. Library of Economics and Liberty, 2 jan., 2001. Disponível em: <https://www.econlib.org/library/Say/SayBio.html> . Acesso em: 5 de nov. 2020.

HAYTER, Christopher S. A trajectory of early-stage spin-offs success: The role of knowledge intermediaries within an entrepreneurial university ecosystem. **Small Business Economics**, v.47, n.3, p.633-656, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9756-3>

ÍNDICE GLOBAL DE INOVAÇÃO.2020.Disponível em: www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_gii_2020.pdf. Acesso em: 10 de janeiro de 2021.

JUNGMANN, D.M. **A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário**. Brasília: IEL, 2010.

JUNIOR ACHIEVEMENT BRASIL. **Institucional**.2020.Disponível em: <https://www.jabrasil.org.br/>. Acesso em: 05 de janeiro de 2020.

LEMOS, P. A. B. Universidade e ecossistemas de empreendedorismo: a gestão orientada por ecossistemas e o empreendedorismo na Unicamp. **Editora Unicamp**. 2012.

MCKELVIE, A.; WIKLUND, J. Advancing firm growth research: A focus on growth mode instead of growth rate. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.34, n.2, p.261–268, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00375.x>

MIAN, Sarfraz, FAYOLLE, Alain., LAMINE, Wadid. Building sustainable regional platforms for incubating science and technology businesses Evidence from US and French science and technology parks. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v.13, n.4, p.235–247, 2012. DOI: <https://doi.org/10.5367/ijei.2012.0100>

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Legislação de Propriedade Intelectual. 2009**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/legislacao/9-assuntos/categ-comercio-exterior/569-legislacao-de-propriedade-intelectual>. Acesso em: 14 de maio de 2020.

NABI, *et al.* The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. **Academy of Management Learning and Education**, v.16, n.2, p.277-299, 2017. DOI: <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>

PEDUTI ADVOGADOS PROPRIEDADE INTELECTUAL. 2020. **Tudo sobre transferência de tecnologia no Brasil**. Disponível em: <https://peduti.com.br/blog/transferencia-de-tecnologia-brasil/>. Acesso em: 5 de janeiro de 2021.

PEREIRA, A. S. *et al.* **Metodologia da pesquisa científica**.1ª ed. Santa Maria: NTE, 2018.

PITTAWAY, Luke *et al.* Student clubs: experiences in entrepreneurial learning. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 27, n. 3, p. 1-27, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1080/08985626.2015.1014865>

PITTAWAY, Luke *et al.* The role of entrepreneurship clubs and societies in entrepreneurial learning. **International Small Business Journal**, v.29, n.1, p. 37-57, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1177/0266242610369876>

PREEDY, S.; JONES. P. Student-led enterprise groups and entrepreneurial learning. A UK perspective. **Industry and Higher Education**, v. 31, n. 2, p.101–112, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/0950422216689349>

RAE, D.; MARTIN, L.; Antcliff, V.; Hannon, P. Enterprise and entrepreneurship in English higher education: 2010 and beyond. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 19, n. 3, p. 380-401, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1108/14626001211250090>

ROSSMAN, G. B.; RALLIS S. F. **Learning in the field: An introduction to qualitative research**. California: Sage Publications.1998

SHANE, R.; VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research**. *Academy of Management Review*, v.25, n.1, p.217–226,2000. DOI: <https://doi.org/10.2307/259271>

SIIVONEN, Päivi Tuulikki. **The construction and regulation of collective entrepreneurial identity in student entrepreneurship societies**. *International journal of entrepreneurial behaviour and research*, p.1-22, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2018-0615>

SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares**. 3. ed. Barueri: Manole, 2005.

SUOMALAINEN, S. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor, Finnish 2015**. 2016. Disponível em: https://research.utu.fi/converis/portal/Publication/17844721?lang=fi_FI. Acesso em: 8 de outubro de 2020.

THORTON, M. **Cantillon on the cause of the Business Cycle**. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, v. 9, n. 3, 2006.

TRIVIÑOS, A. N. da S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2008.

TUNALI, C. B.; SENER, S. **The Determinants of Entrepreneurship in Turkey**. *Procedia Computer Science*, v. 158, p. 648–652, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.099>.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. **Convenção que institui a organização mundial da propriedade intelectual- 1967**. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/WIPO-World-Intellectual-Property-Organization-Organiza%C3%A7%C3%A3o-Mundial-de-Propriedade-Intellectual/convencao-que-institui-a-organizacao-mundial-da-propriedade-intelectual.html>. Acesso em: 02 de mar. 2020.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION-WIPO. **What is WIPO?** 2020. Disponível em: <https://www.wipo.int/about-wipo/en/>. Acesso em: 07 ago. 2020.