

1ª EDIÇÃO DO PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ (UFOPA)

Melriane L. dos Santos – melriane31@gmail.com

Universidade Federal do Oeste do Pará, Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia

José Roberto B. Ramos Filho – robertobrancofilho@gmail.com

Universidade Federal do Oeste do Pará, Instituto de Engenharia e Geociência, Agência de Inovação Tecnológica

Rua Vera Paz, s/n, Salé

68040-255 – Santarém - Pará

Resumo: O presente trabalho relata a experiência da 1ª Edição do Programa de Empreendedorismo da Agência de Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Oeste do Pará, com o intuito de difundir a cultura empreendedora. Apresenta inicialmente as definições e conceitos pertinentes ao tema, as fundamentações legais e incentivos ao empreendedorismo, as etapas da criação do programa e o passo-a-passo da sua execução, fazendo uma análise sobre a contribuição do programa para o desenvolvimento acadêmico com um pensar empreendedor e as lições aprendidas para as próximas edições.

Palavras-chave: Empreendedorismo universitário. Educação. Modelos de negócios. Desenvolvimento.

1 INTRODUÇÃO

A palavra “empreender” deriva do latim e significa “tomar a decisão de realizar uma tarefa difícil e trabalhosa ou ainda, colocar um plano em execução” (JULIANO, 2016). O empreendedor é um indivíduo proativo, capaz de tomar iniciativa para executar algo, capaz de identificar problemas de uma perspectiva diferente, de enxergar mudanças como uma oportunidade, de usar a sua imaginação para gerar ideias aptas a transformar o problema em uma oportunidade de negócio. O empreendedor é, portanto, aquele que coloca em prática o que imaginou (PORTO, 2013), é o intermediário entre o comprador e o produto e/ou serviço.

O empreendedorismo está diretamente ligado à inovação, à criatividade, à quebra de paradigmas e à transposição de limites. Logo, a evolução do empreendedorismo dá-se concomitantemente à evolução da humanidade, desde os primórdios, quando os indivíduos iam atrás da sua alimentação. Hoje em dia ele é diferente por conta das mudanças ao longo dos anos, mas sua essência é similar, pois uma das características principais do ser humano é a busca por uma melhor qualidade de vida (SALIM e SILVA, 2010). Também é considerado um dos motores da economia, de forma que o tema vem ganhando cada vez mais destaque nos meios acadêmico, político e empresarial, principalmente pela sua capacidade e importância para o desenvolvimento local sustentável, o qual além de ter o benefício econômico, abrange esferas sociais, culturais e ambientais (PORTO, 2013).

Seu ensino passou a fazer parte dos anseios das universidades, despertando o interesse na educação empreendedora e no papel que essa educação pode desempenhar nas instituições, tendo em vista todos os nichos em que o empreendedorismo colabora para o

desenvolvimento, proporcionando assim crescimento, inovação, emprego e busca pela equidade (ARANHA, CANDIDO e BARRETOM, 2017). O desenvolvimento econômico em si é fortemente atrelado à inovação, a qual passou a ser tida como importante para a geração de riqueza. Seu estímulo intensifica ainda mais o dinamismo do mundo do trabalho, exigindo profissionais cada vez mais qualificados e flexíveis, capazes de se adaptar rapidamente a mudanças e também de criar e implementar novas soluções. Neste contexto o ensino do empreendedorismo é fundamental para os engenheiros que estão sendo formados hoje, assim como o “aprender como aprender” e a alta resiliência (ARANHA, CANDIDO e BARRETOM, 2017; CUNHA Jr e LIMA, 2019; VALLIM, V., BERNUY, VALLIM, M., 2019).

Engajada em promover o empreendedorismo entre seus alunos e servidores, a Ufopa tem realizado várias iniciativas com o intuito de fomentar a cultura do empreendedorismo, entre elas: palestras, oficinas de modelagem de negócios, o Programa de Empreendedorismo e até um hackathon. Embora abertos a toda a comunidade da Ufopa, percebe-se maior ressonância entre os alunos de engenharia e computação. Neste trabalho abordaremos a experiência obtida com o Programa de Empreendedorismo.

2 INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO NA UFOPA

O incentivo e a capacitação para o empreendedorismo são objetivos das Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT) do país, categoria que inclui as universidades públicas, e devem ser previstos em sua Política de Inovação de acordo com os Incisos II e VII do Art. 15 da Lei Nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004 (BRASIL, 2004) com a redação alterada pela Lei Nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016 (BRASIL, 2016). Atenta a estes objetivos e a outras disposições da referida Lei, em 2014 a Ufopa criou, por meio da Resolução nº 54 de 18 de julho de 2014, a sua Agência de Inovação Tecnológica (AIT). Esta resolução determina, no Inciso III do Art. 2º de seu Anexo, que um dos objetivos da AIT é “promover a disseminação da inovação tecnológica, da cultura empreendedora e da propriedade intelectual, nos diferentes níveis de ensino, pesquisa e extensão” (UFOPA, 2014).

Desde então a AIT busca diferentes formas de cumprir seus objetivos relativos, incluindo a promoção de eventos, palestras e oficinas. Em 2018, em sua I Semana de Inovação Tecnológica, a AIT trouxe representantes do Núcleo de Inovação Tecnológica das Unidades de Pesquisas do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações no Rio de Janeiro (NIT-Rio) para apresentar a oficina “Empreendedorismo Científico”, com duração de uma semana, orientada à criação de modelos de negócios a partir de criações da universidade e ideias de seus alunos e servidores.

O evento foi um grande sucesso, com vagas esgotadas e excelente repercussão na universidade, com alunos e servidores demandando mais ações do mesmo perfil. Esta experiência inspirou a organização na elaboração de uma iniciativa mais completa e extensa, o Programa de Empreendedorismo da AIT.

3 1ª EDIÇÃO DO PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO DA AIT

A primeira edição do programa teve como objetivo contribuir para a difusão da cultura do empreendedorismo no contexto acadêmico e para a estruturação de negócios inovadores oriundos de ideias criadas na Ufopa. Orientado a todos os membros da universidade, alunos, técnicos e professores, o edital permitia equipes mistas com membros de quaisquer cursos ou vínculo com a instituição.

O primeiro passo para a criação e execução da 1ª Edição do Programa de Empreendedorismo da Agência de Inovação Tecnológica (PEAIT) foi definir em portaria a

equipe da Comissão Organizadora do programa, que foi composta por dois docentes, uma servidora técnica e uma discente, visando abranger todas as categorias da instituição e gerar um programa atraente e acessível a todos. Outras comissões viriam a ser designadas em portarias posteriormente, para garantir legitimidade e transparência no processo.

Em seguida iniciou-se a elaboração do edital contendo as premissas do programa, seus objetivos, as etapas em que seria desenvolvido, e o seu cronograma de execução contendo datas importantes como inscrição, execução de etapas, avaliações e períodos para interposição de recursos. O edital foi submetido à Procuradoria Federal junto à Ufopa e, após a sua aprovação, foram criadas as comissões de avaliação de cada etapa, cada uma com a sua devida portaria, concedendo carga horária aos avaliadores para o exercício das atribuições, além de possibilitar e formalizar a colaboração com profissionais externos à universidade.

Após um breve período de discussão de opções, o PEAIT foi estruturado em 6 etapas: (i) inscrição, (ii) seleção de projetos, (iii) oficina, (iv) seleção de modelos de negócio para a fase de desenvolvimento do programa, (v) programa de mentoria e a (vi) finalização do programa. Essas etapas podem ser classificadas em três sessões: seleção das equipes, execução do programa de empreendedorismo e por fim, a sua conclusão.

No dia 29 de março de 2019 foi lançado oficialmente o Edital do PEAIT (UFOPA, 2019), em um evento com palestras sobre inovação e o programa em si, que foi marcado pela assinatura do edital pelo reitor (Figura 1). Esperou-se com isto dar publicidade e credibilidade o programa, e distanciá-lo dos departamentos da equipe organizadora, deixando claro que era uma iniciativa de toda a universidade.

Figura 1 – Comissão de organização, gestão da Ufopa e palestrantes do lançamento do edital do 1º PEAIT



Fonte: Elaborada pelos autores.

3.1 Seleção das equipes

A seleção das equipes deu-se em várias etapas, iniciando pela (i) inscrição, a qual foi gratuita e realizada de forma online através de formulários criados na plataforma Even3 (EVEN3, 2020), durante o período de 01 a 12 de abril de 2019. Para serem elegíveis ao programa, as equipes deviam ser compostas de 02 a 04 integrantes, todos vinculados à Ufopa, podendo ser discentes ou servidores. Nesta etapa, as equipes forneceram informações sobre a ideia de projeto que pretendiam desenvolver/aprimorar no PEAIT. Embora sucintas, as informações deviam ser suficientes para identificar em que fase os projetos submetidos se encontravam, seja na ideação, na estruturação ou já na validação de mercado.

Com esse intuito o formulário de inscrição solicitava as seguintes informações:

- dados da equipe;
- nome do projeto;

- descrição da ideia (contemplando o serviço ou produto a ser desenvolvido, para quem será desenvolvido e quantos clientes potenciais existem em perspectiva local, regional, nacional e mundial);
- inovatividade (informando a diferença entre a proposta e produtos e serviços já existentes no local, na região e no país, e se a ideia surgiu na Ufopa);
- valor (explorando o valor percebido pelo cliente no produto/serviço/processo proposto e como se espera obter receita através da ideia para que ela seja viável economicamente);
- recursos necessários (para colocar a ideia em prática);
- estágio de maturidade da ideia (se existe apenas a ideia e/ou também um protótipo, um modelo de negócio, um plano de negócios, uma empresa estabelecida ou se o produto ou serviço já foi validado no mercado).

Nesta etapa não havia limite numérico de inscrições, e integrantes poderiam se inscrever em mais de um projeto. Em caso de seleção de mais de uma ideia de projeto na fase (ii), apenas um teria que ser escolhido pelo integrante nas fases seguintes.

A fase seguinte, (ii) seleção de projetos, possuía caráter eliminatório. Cada inscrição foi avaliada pela Comissão Avaliadora com notas entre 0 e 10 para cada um dos critérios de avaliação exibidos na Tabela 1. A nota final foi obtida através de uma média ponderada pelos respectivos pesos (Tabela 1). O atendimento a outros critérios do edital, como o número mínimo e máximo de integrantes na equipe, também serviu como critério eliminatório.

Os critérios e seus respectivos pesos são apresentados a seguir.

Tabela 1 – Critérios de avaliação das ideias e o peso atribuído

Critérios	Mercado potencial	Inovação	Estruturação da ideia	Viabilidade do projeto	Estágio de maturidade	Total
Peso	0,2	0,3	0,1	0,2	0,2	1

Fonte: Adaptada de UFOPA, 2020.

A ideia inicial era selecionar as 15 equipes cuja inscrição atendesse a todos os critérios do edital e que obtivessem as melhores notas na seleção. Todavia, apenas 12 inscrições atendiam a todos os critérios do edital, levando a Comissão Avaliadora, composta por 4 docentes da instituição (com formação em administração, engenharia, ciência da computação e sistemas de informação) a classificar estas 12 para a etapa seguinte, sem eliminação por notas.

A próxima etapa, (iii) oficina, foi unicamente de capacitação, com o intuito de nivelar o conhecimento de modelagem de negócios entre as equipes participantes. A oficina foi ministrada em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que apresentou a ferramenta Canvas de Modelos de Negócios (SEBRAE, 2013), além de orientações para a apresentação de um “Elevator Pitch” dos modelos gerados. O resultado obtido da oficina seria então apresentado à banca da etapa (iv) seleção de modelos de negócio para a fase de desenvolvimento do programa (Figura 2).

Esta seleção foi realizada por uma banca composta por um docente da Ufopa, um docente externo e três profissionais do mercado, que avaliaram a apresentação do modelo de negócios através do “Elevator Pitch” de cinco minutos, que foi elaborado pelas equipes durante a oficina da etapa (iii) seguindo os mesmos critérios dispostos na Tabela 1.



Figura 2 – (a) Banca avaliadora e (b) apresentações da etapa (iv) do PEAIT
(a) (b)



Fonte: Elaborada pelos autores.

Apenas dez das 12 equipes participantes concluíram suas apresentações perante a banca. As cinco equipes com as maiores notas foram selecionadas e outras cinco ficaram em cadastro reserva, caso alguma das equipes viesse a desistir antes do início da fase (v) do PEAIT.

3.2 Execução do Programa de Empreendedorismo

A execução do PEAIT consistiu em um (v) programa de mentoria, que durou em torno de quatro meses com encontros semanais. Ao longo do programa foram realizadas várias atividades com o intuito de oferecer às equipes participantes instrumentos para a estruturação e desenvolvimento do seu modelo de negócios, consultorias em temas específicos e atividades de apresentação de “pitch”. Além da apresentação de ferramentas como o próprio Canvas Modelo de Negócios, o Mapa de Empatia, o Canvas de Proposta de Valor, a metodologia Tam Sam Som e estratégias de monetização, também foram ofertadas mentorias com profissionais e consultores locais, além de “lives” com as aceleradoras Ace Startups de São Paulo e a Evolve de Curitiba. Durante as mentorias (Figura 3) as equipes expunham seus modelos de negócios e os mentores sugeriam opções alternativas e melhorias para as soluções propostas e então as equipes ficavam responsáveis por incorporar o aprendizado obtido em seu modelo de negócios e apresentar o resultado na próxima reunião do programa.

Figura 3 – Mentoria realizada no Espaço Aberto de Inovação da Ufopa



Fonte: Elaborada pelos autores.

As atividades do programa de mentoria foram realizadas no Espaço Aberto de Inovação da Ufopa, um local com boa infraestrutura para reuniões presenciais e remotas. Esse espaço também ficou disponível fora dos horários das reuniões semanais para que as equipes pudessem realizar o desenvolvimento de suas soluções.



3.3 Conclusão do Programa de Empreendedorismo

A etapa final do PEAIT consistiu na apresentação de “picths” e na revisão dos canvas, com a gravação de vídeos de apresentação do “picth” final para a submissão a editais e prêmios como o Empreenda Santander (SANTANDER, 2020) e o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) Garagem (BNDES GARAGEM, 2020). A submissão de propostas a estes editais ficou a cargo das próprias equipes. Somente duas equipes chegaram à conclusão da 1ª Edição do PEAIT, e estas receberam, além do vídeo, certificados de participação.

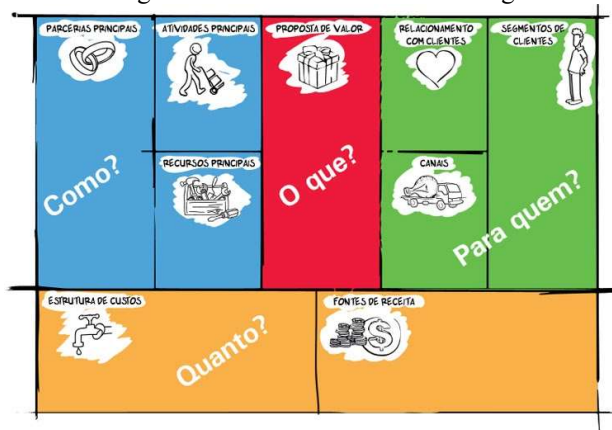
4 FERRAMENTAS UTILIZADAS

A seguir apresenta-se as principais ferramentas utilizadas ao longo do programa. São ferramentas já conhecidas no meio do empreendedorismo, que ajudam os aspirantes a empreendedores a identificar um problema, o público alvo, uma solução, e a partir daí montar uma proposta de valor e um modelo de negócios para explorar esta oportunidade. No caso de soluções já criadas pela universidade, as ferramentas ajudam a identificar quem poderia utilizar a solução, que problemas seriam resolvidos por ela, e com isto chegar a um MVP (Produto Viável Mínimo) e ao modelo de negócios.

4.1 Canvas de modelo de negócios

O Canvas de Modelo de Negócios (Figura 4) vem do inglês “Business Model Canvas”, é uma ferramenta que permite visualizar em blocos os principais elementos de um modelo de negócios, agrupados em quatro etapas: o quê (proposta de valor), quem (segmentos de clientes, canais e relacionamento com clientes), como (atividades principais, recursos principais e parcerias principais) e quanto (fontes de receita e estrutura de custos) (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2011; SEBRAE, 2013).

Figura 4 – Canvas de Modelo de Negócios



Fonte: Adaptada de SEBRAE, 2013.

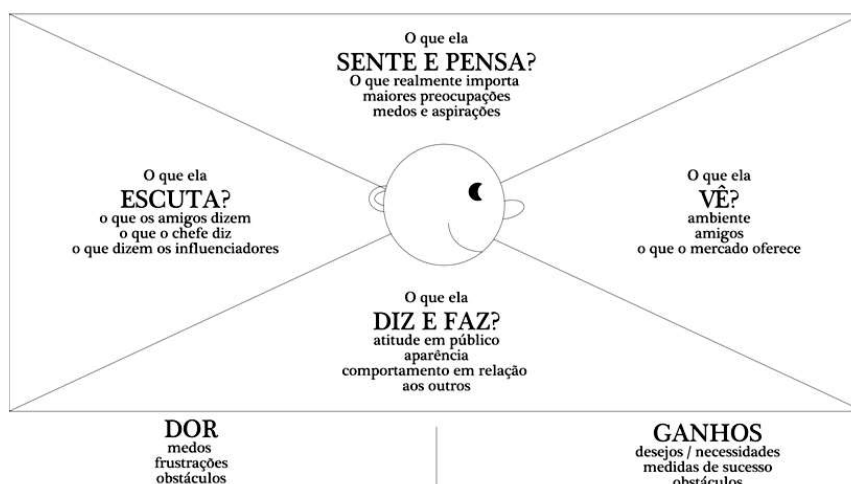
4.2 Elevator pitch

A expressão inglesa “Elevator Pitch” significa “discurso do elevador”, e consiste em uma técnica em que o empreendedor organiza uma apresentação para vender sua ideia de negócio ao investidor detalhando o seu público-alvo, o problema identificado e a solução proposta, expondo os maiores benefícios que a sua solução oferece, possíveis concorrentes e o diferencial da sua proposta, tudo no tempo em que um elevador conduziria o suposto investidor até seu andar de destino (SOORJOO, 2012). Usualmente leva de 3 a 5 minutos.

4.3 Mapa de empatia

O mapa de empatia (Figura 5) é uma ferramenta desenvolvida pela companhia de pensamento visual XPLANE, que visa entender melhor o cliente, analisando o seu comportamento, suas preocupações e aspirações. Essa ferramenta é estruturada a partir de perguntas como: o que ele vê?, o que ele escuta?, o que ele diz e faz?, o que ele realmente pensa e sente? (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2011).

Figura 5 – Mapa de empatia

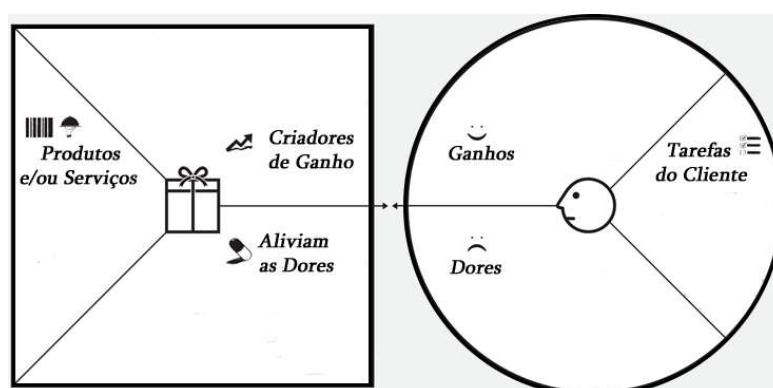


Fonte: OSTERWALDER e PIGNEUR, 2011.

4.4 Canvas de proposta de valor

O Canvas de proposta de valor (Figura 6) vem do inglês “Value Proposition Canvas”, é uma ferramenta que explora a relação entre o cliente e a proposta de valor ofertada. Esta ferramenta permite desenvolver produtos que realmente atendam às necessidades do cliente (OSTERWALDER et al., 2014).

Figura 6 – Canvas de proposta de valor



Fonte: Adaptada de OSTERWALDER et al., 2014.

5 RESULTADOS OBTIDOS

Logo ao início da etapa (v) uma das equipes desistiu e precisou ser substituída. Das cinco equipes que iniciaram o PEAIT apenas duas concluíram. Uma das equipes abandonou o programa por perceber que não conseguiriam entregar o produto prometido por razões técnicas. Outras duas porque seus membros encontraram outras ocupações durante o programa, como estágios, iniciações científicas e trabalhos de conclusão de curso, e

abandonaram o programa alegando falta de tempo. Um dos integrantes das equipes desistentes saiu da universidade.

As duas equipes concluintes possuem serviços baseados em software, e alegaram ter a intenção de abrir um negócio e desenvolver os produtos que foram apresentados e aprimorados na 1ª Edição do PEAIT.

Percebeu-se também um aumento na demanda por programas desta natureza entre os alunos e servidores da Ufopa, com muitos relatos de não participação porque não se sabia exatamente o que era. Após a realização do programa, a AIT passou a receber sugestões e convites para realizar ações semelhantes em eventos ou com focos específicos em certos tipos de negócios. Embora os resultados sejam, a princípio, tímidos, considera-se que o programa foi um sucesso pela repercussão na universidade, que gerará maior procura e engajamento em edições futuras.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo de todo o processo foram observados cinco pontos principais que poderiam ter aumentado a eficácia do programa, e serão levados em consideração em edições futuras.

O primeiro é a importância de se incluir uma banca técnica, além da banca de modelos de negócios, na etapa (iv). Com isto teria se evitado a perda de uma das equipes após o início do programa, pois a inviabilidade técnica de seu produto teria sido detectada. A inclusão de tal banca, no entanto exigiria a adoção de um foco bem definido para as ideias de projeto, para que seja possível selecionar uma banca competente.

O segundo ponto é o período de execução. Como todo o processo, desde a concepção do programa, ocorreu ao longo do semestre letivo o programa teve seu encerramento no semestre seguinte, avançando sobre as férias escolares. Percebeu-se a diminuição no engajamento dos alunos e a mudança de suas prioridades com a mudança de semestre e com seu afastamento durante as férias.

O terceiro é a abertura do programa a membros externos à universidade, permitindo maior diversidade nas soluções geradas e competências das equipes. Esta sugestão foi acatada no Hackathon de cinco dias organizado pela AIT dois meses após o término do programa, que recebeu alunos de outras instituições e profissionais já formados e inseridos no mercado de trabalho.

O quarto ponto é a inclusão de um mentor dedicado a acompanhar e motivar continuamente as equipes além dos aspectos técnicos e de gestão, para manter a dedicação e diminuir a evasão, especialmente necessário durante um programa com duração de meses. Tal cuidado também foi incluído no hackathon de cinco dias, e os resultados observados foram positivos.

Por fim notou-se a lacuna deixada pela ausência de oportunidades e ambientes de inovação na região que auxiliem estes aspirantes a empreendedores nos próximos passos com mais qualificação para o empreendedorismo e capital para começar, como o Programa Centelha do MCTI (Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações) e FINEP (Fundo Nacional de Educação Empresarial) (CENTELHA, 2020). A perspectiva de inscrever seu projeto em editais e prêmios de outras regiões que podem demandar a realocação da equipe desestimulou muitas equipes promissoras a prosseguir com sua ideia de negócios, especialmente aqueles com membros discentes ainda longe da formatura.

Observando os resultados e aprendizado obtidos, o PEAIT foi considerado como bem-sucedido pela gestão da universidade e participantes, e como um passo importante no caminho de se criar formas de estímulo ao empreendedorismo e inovação dentro e fora da universidade, e de se difundir uma cultura empreendedora na Ufopa.

Agradecimentos

Agradecemos ao Sebrae, à VIA Estação Conhecimento (Via UFSC), ao NIT-Rio e a todos os profissionais que de forma voluntária se dispuseram a colaborar para que a realização desse projeto se tornasse possível.

REFERÊNCIAS

ARANHA, Elzo A.; CANDIDO, Jorge; BARRETOM, Gilmar. Aspecto-chaves para inclusão do empreendedorismo nos cursos de graduação em engenharia. In: XLC Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia, 2017, Joinville. **Anais**. Santa Catarina, 2017.

BNDES GARAGEM. **BNDES Garagem**. Disponível em: <https://bndesgaragem.com.br/>. Acesso em: 17 set. 2020.

BRASIL. **Lei n. 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. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm. Acesso em: 4 jun. 2020.

BRASIL. **Lei n. 13.243**, de 11 de janeiro de 2016. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei n° 10.973, de 2 de dezembro de 2004, a Lei n° 6.815, de 19 de agosto de 1980, a Lei n° 8.666, de 21 de junho de 1993, a Lei n° 12.462, de 4 de agosto de 2011, a Lei n° 8.745, de 9 de dezembro de 1993, a Lei n° 8.958, de 20 de dezembro de 1994, a Lei n° 8.010, de 29 de março de 1990, a Lei n° 8.032, de 12 de abril de 1990, e a Lei n° 12.772, de 28 de dezembro de 2012, nos termos da Emenda Constitucional n° 85, de 26 de fevereiro de 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13243.htm. Acesso em: 4 jun. 2020.

CENTELHA. **O primeiro impulso para quem quer empreender**. Disponível em: <https://programacentelha.com.br/>. Acesso em: 17 jun. 2020.

CUNHA Jr., Joaquim José da; LIMA, Athos Silva. Abordagem prática por meio de metodologias ativas para o desenvolvimento da atitude empreendedora em estudantes de engenharia. In: XLVII Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia e II Simpósio Internacional de Educação em Engenharia da ABENGE, 2019, Fortaleza. **Anais**. Ceará, 2019.

JULIANO, Marcio de Cassio. **Empreendedorismo**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

EVEN3. **Organizar um evento online nunca foi tão simples**. Disponível em: <https://www.even3.com.br/>. Acesso em: 17 set. 2020.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation – Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

OSTERWALDER, Alexander et al. **Value Proposition Design**. Nova Jersey, EUA: John Wiley & Sons, 2014.

PORTO, Geciane. **Gestão da inovação e empreendedorismo**. 1ª edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SALIM, Cesar Simões. SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTANDER. **Empreendedorismo**. Disponível em:
<https://www.santander.com.br/universidades/empreendedorismo>. Acesso em: 17 set. 2020.

SEBRAE. **Cartilha - O quadro de Modelo de Negócios: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.

SOORJOO, Martin, 1967. **Here's the pitch: how to pitch your business to anyone, get funded, and win clients**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2012.

UFOPA. Conselho Universitário. **Resolução n. 54**, de 18 de julho de 2014. Aprova Ad Referendum a criação da Agência de Inovação Tecnológica (AIT) da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA), e aprova o seu Regimento Interno. Disponível em:
http://www2.ufopa.edu.br/ufopa/arquivo/consun/resolucoes/copy_of_Resolucao5428.05.14CriadaAIT.pdf/view. Acesso em: 4 jun. 2020.

UFOPA. Agência de Inovação Tecnológica. **Edital Nº 01/2019 – Programa de Empreendedorismo da Agência de Inovação Tecnológica**. Chamada pública para o processo de seleção de projetos para o Programa de Empreendedorismo da Agência de Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Oeste do Pará. Disponível em:
<http://www.ufopa.edu.br/media/file/site/ufopa/documentos/2019/bc8109ddc3b6d8bbd511342106c0a978.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2020.

VALLIM, Victor W.R.; BERNUY, Miguel Angel C.; VALLIM, Marcos B. R. Educação empreendedora: princípios, conceitos, técnicas, práticas, limites e possibilidades. In: XLVII Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia e II Simpósio Internacional de Educação em Engenharia da ABENGE, 2019, Fortaleza. **Anais**. Ceará, 2019.

1ST EDITION OF THE ENTREPRENEURSHIP PROGRAM AT THE FEDERAL UNIVERSITY OF WEST OF PARÁ (UFOPA)

Abstract: *This essay conveys the experience obtained at the 1st Edition of the Entrepreneurship Program of the Technological Innovation Agency of the Federal University of West Pará, created to spread the entrepreneurship culture. It presents definitions, concepts regarding the topic, it's legal foundations, the steps to the program's creation and its execution, assessing its contribution to the development of an entrepreneurial way of thinking and the lessons learned to the next editions.*

Keywords: *University entrepreneurship. Education. Business models. Development.*