

**ANÁLISE DA OPINIÃO DE ACADÊMICOS SOBRE UNIVERSIDADES  
EMPREENDEDORAS: UMA COMPARAÇÃO ENTRE BRASIL E MÉXICO**

**ANALYSIS OF THE OPINION OF ACADEMICS ABOUT ENTREPRENEURIAL  
UNIVERSITIES: A COMPARISON BETWEEN BRAZIL AND MEXICO**

**Cassiane Chais**

UCS – Universidade de Caxias do Sul – RS  
[cassichais@gmail.com](mailto:cassichais@gmail.com)

**David Güemes Castorena**

Tecnológico de Monterrey – México  
[guemes@itesm.mx](mailto:guemes@itesm.mx)

**Vandoir Welchen**

UCS – Universidade de Caxias do Sul – RS  
[vwelchen@ucs.br](mailto:vwelchen@ucs.br)

**Joel Tshibamba Mukendi**

UCS – Universidade de Caxias do Sul – RS  
[jtmukendi@ucs.br](mailto:jtmukendi@ucs.br)

**Josiane Vieira Maciel**

UCS – Universidade de Caxias do Sul – RS  
[josiane.maciel.ucs@gmail.com](mailto:josiane.maciel.ucs@gmail.com)

**Paula Patrícia Ganzer**

UCS – Universidade de Caxias do Sul – RS  
[ganzer.paula@gmail.com](mailto:ganzer.paula@gmail.com)

**Juliana Matte**

UCS – Universidade de Caxias do Sul – RS  
[ju.cxs1@gmail.com](mailto:ju.cxs1@gmail.com)

**Pelayo Munhoz Olea**

Universidad de Extremadura, UEX – Espanha  
[pelayo.olea@gmail.com](mailto:pelayo.olea@gmail.com)

**Submissão:** 29/08/2018

**Aprovação:** 17/12/2019

## RESUMO

A universidade empreendedora consolida-se como um instrumento que não só proporciona força de trabalho e valor agregado com a criação ou transformação do conhecimento, como também aprimora o indivíduo, criando valores e atitudes e estimulando, assim, a capacidade empreendedora. Diante disso, o objetivo desta investigação consiste em analisar a percepção dos alunos sobre a importância da universidade empreendedora para sua formação acadêmica. A partir de uma abordagem qualitativa, com fases exploratória e descritiva, realizou-se um estudo comparativo entre dois casos, Brasil e México. Como técnica de coleta, empregaram-se grupo focal e análise por meio da análise de conteúdo, com o auxílio do *software* NVivo®, versão 12. Os resultados mostram que a instituição mexicana está voltada à educação empreendedora, em atividades que integram estudantes e empresas nas aulas e pesquisas, incentivando a interação por meio da resolução de problemas reais. Já a instituição brasileira não trabalha de um modo claro e amadurecido quanto ao empreendedorismo, que costuma ser percebido basicamente como uma disciplina pelos acadêmicos.

**Palavras-chave:** Universidade Empreendedora. Empreendedorismo. Inovação. Grupo Focal. Cross-country.

## ABSTRACT

The entrepreneurial university consolidates itself as an instrument that not only provides a workforce and added value with the creation or transformation of knowledge, but also enhances the individual, creates values and attitudes reinforcing the entrepreneurial capacity. The objective of the study was to analyze the students' perception about the importance of the entrepreneurial university for their academic formation. It has a qualitative approach, with exploratory and descriptive phases. As a strategy, we used a comparative study of two cases, Brazil and Mexico. The collection technique was focus group and analysis through content analysis, with the support of NVivo® software version 12. The results show that the Mexican institution is focused on entrepreneurial education, activities that integrate students and companies in class, research, stimulating interaction through the resolution of real problems. The Brazilian institution, however, does not work in a clear and mature way regarding entrepreneurship, being perceived basically as a discipline by the academics.

**Keywords:** Entrepreneurial University. Entrepreneurship. Innovation. Focus Group. Cross-country.

## 1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento econômico e social de regiões, estados e países está relacionado à sua capacidade de lidar com o conhecimento. Nesse sentido, o desenvolvimento econômico destacado por Joseph Alois Schumpeter, em sua obra intitulada “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, de 1912, depende da atuação conjunta de dois fatores: a inovação tecnológica e o empresário, agente responsável pela transferência de uma inovação ao mercado, promovendo retorno financeiro e, por conseguinte, desenvolvimento (SCHUMPETER, 1934).

As universidades, principais geradoras de conhecimento, passaram por algumas revoluções acadêmicas, tendo a primeira ocorrido a partir do século XVII, quando a pesquisa foi incorporada ao ensino, o que alterou a missão tradicional dessas instituições (ORNSTEIN, 1928). No final do século XX, além do ensino e da pesquisa, a universidade passou a ter uma

nova incumbência – o promover o desenvolvimento econômico e social –, o que implicou o papel de agente de inovação e empreendedorismo. Nesse cenário, a universidade torna-se empreendedora, atuando como uma plataforma para a transformação da sociedade por meio do empreendedorismo e da inovação e promovendo o desenvolvimento (CLARK, 1998; ETZKOWITZ, 2003; AUDY; MOROSINI, 2006; ETZKOWITZ, 2013).

Para que esse desenvolvimento socioeconômico ocorra, as universidades precisam interagir com a indústria e o governo. Segundo Sábato e Botana (1968), precursores dos estudos sobre tal interação, o governo, a estrutura produtiva (indústria) e a infraestrutura científico-tecnológica (universidades), integrantes do intitulado de Triângulo de Sábato, formavam um aglomerado em que o governo era o articulador das interações entre estrutura produtiva e infraestrutura científico-tecnológica, interações estas que eram as mais importantes, já que proporcionavam a transferência de conhecimento científico e tecnológico (SÁBATO; BOTANA, 1968).

Com a evolução do Triângulo de Sábato, surge a Tríplice Hélice, um modelo em que os mesmos atores – governo, universidades e empresas – atuam de maneira independente, com foco no desenvolvimento econômico social, também por meio da inovação (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1998). Nesse modelo, a universidade ganha papel de destaque, pois é detentora da criação do conhecimento e da pesquisa aplicada para a geração de inovação (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1998; PUGH et al., 2018). Dessa maneira, a universidade empreendedora pode ser considerada um instrumento que não só fornece força de trabalho e valor agregado, com a criação ou transformação do conhecimento, como também possibilita a melhoria do indivíduo no que concerne aos valores e às atitudes em relação a essas questões, estimulando sua capacidade empreendedora (GUERRERO et al., 2017).

A esse respeito, cabe citar o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de abrangência mundial, que fornece uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. No Brasil, de acordo com o levantamento de 2016, 36% da população têm um negócio ou estão envolvidos na criação de um. O mesmo relatório aponta, contudo, a educação e capacitação como um fator limitante para 31,2% dos especialistas entrevistados em relação à abertura e manutenção de novos negócios (GEM, 2017).

Com base nas questões apresentadas, esta pesquisa objetiva analisar a percepção dos alunos sobre a importância da universidade empreendedora para sua formação acadêmica. Para isso, investigam-se as percepções dos discentes de uma universidade brasileira e de uma universidade mexicana. Tal escolha se deve ao fato de que o índice de educação empreendedora no México ocupa posição de destaque se comparado ao índice da América Latina no Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018. Isso significa que, após encerrarem seus estudos, os jovens mexicanos saem com uma postura empreendedora. Assim, surge o questionamento que orienta a execução deste artigo: qual é a percepção dos estudantes desses países sobre a importância da universidade empreendedora para sua formação acadêmica?

Para responder a essa pergunta, além da introdução, este texto contém mais quatro seções. Na seção 2, é exposto o referencial teórico sobre empreendedorismo e universidade empreendedora. Em seguida, são explicitados os procedimentos metodológicos e os objetos de estudo. Após, na seção 4, apresentam-se os resultados e a discussão dos dados obtidos. Por fim, na seção 5, retomam-se os principais achados da pesquisa, que permitem chegar a algumas considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Enquanto que, para Cantillon (2011), o empreendedor está associado às oportunidades de lucro não exploradas, uma vez que adquire a matéria-prima e a revende por um preço incerto, não estabelecido, para Say (2011), o empreendedor é capaz de assimilar simultaneamente os conhecimentos de mundo e de negócios. A esse respeito, Adam Smith acredita que o empreendedor é aquele que deseja obter um valor financeiro excedente sobre o custo de produção (ZARPELLON, 2010; BORGES; FILION, 2013). Já Schumpeter (1942) afirma que o empreendedor é quem promove a inovação, pois assim destrói e substitui a produção vigente, originando a “destruição criativa”, termo cunhado por ele para explicar o processo de inovação.

Segundo Drucker (1987), no entendimento de Schumpeter, o desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor inovador constitui a vertente para uma economia sadia e o cerne de uma teoria e prática econômica. Julien (2010) considera que o empreendedorismo está além da dinâmica de empreendedores e empresas, já que o “meio”, com seus recursos e suas características culturais e sociais, contribui para o desenvolvimento de uma ação empreendedora com desempenho inovador.

Cantillon (2011), por sua vez, ligava o empreendedorismo às perspectivas das teorias econômicas, sociológicas, psicológicas, antropológicas e políticas. Em conformidade com essa ideia, Julien (2010) descreveu quatro abordagens para tratar do tema: antropológica e psicológica; sociológica; geográfica; e econômica. Essas abordagens não esgotam o assunto, apenas delimitam o estudo, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – As abordagens de empreendedorismo

ABORDAGEM	O EMPREENDEDOR	A EMPRESA OU ORGANIZAÇÃO	O AMBIENTE OU MEIO TERRITORIAL
Antropológica e psicológica ou behaviorista	Um indivíduo com algumas características (isto é, sua personalidade)	Pessoal e centralizada	Pessoal ou não considerado
Sociológica	Um criador de organização	Associada a outras e à sociedade	Organização como parte do tecido industrial
Geográfica ou de economia regional	Um dos principais atores, mas não o único	Com elementos de diversificação ou não	Fortes laços com o meio e vice-versa
Econômica	Um simples agente econômico	Integrante da estrutura setorial, constituindo uma resposta às necessidades do mercado	Dinamismo da empresa integra a conjuntura e outros ciclos econômicos de médio e longo prazo

Fonte: adaptado de Julien (2010).

Ressalta-se, ainda, que as transformações da sociedade demandam novas habilidades e competências e que o desenvolvimento tecnológico responsável por essas mudanças fornece estímulo ao espírito empreendedor e à inovação na sociedade, impactando as novas ações de indivíduos e organizações. Para Audy e Morosini (2006), o empreendedorismo é algo que possui relação com os problemas do dia a dia, ocasionando geração de novas empresas, desenvolvimento e aplicação de novas tecnologias, maior competitividade e produtividade, qualidade de vida, cultura e conhecimento.

Empreendedorismo e inovação começaram a ter importância com a teoria schumpeteriana, ou econômica, que tinha como objetivo entender o papel do empreendedor e o impacto de suas ações no desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1942). Schumpeter e os autores neo-schumpeterianos destacam também em seus estudos a destruição criadora, em que o empreendedor, por meio da inovação, faz com que as novas tecnologias substituam e retirem do mercado as antigas (SCHUMPETER, 1942).

Assim, Schumpeter (1942) relacionou os paradigmas de inovação e

empreendedorismo em um processo que compreende a invenção, ou seja, a criação de novos produtos e processos por intermédio do desenvolvimento de novos conhecimentos ou de novas combinações de conhecimento existentes, que não necessariamente se transformam em uma inovação. Esta fase, a inovação, é alcançada quando ocorre a comercialização da invenção, produção e comercialização de um novo bem/serviço ou quando ocorre o uso de um novo método de produção, o que não necessariamente precisa advir de uma invenção. Nesse processo, a difusão acontece depois que a inovação já ocorreu, torna-a disponível para uso por meio da adoção por empresas ou indivíduos (GRANT, 2002; GRAFSTRÖM; LINDMAN, 2017).

O Manual de Oslo define inovação como “a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de *marketing*, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios” (OECD, 2018). Hisrich e Peter (2004), por sua vez, conceituam o empreendedorismo como um processo que cria algo de valor diferenciado e que assume os riscos e recebe as consequentes recompensas econômicas e sociais dessa criação.

Autores como Etzkowitz e Leydesdorff (1996), Clark (2003a, 2003b), Audy e Morosini (2006) e Guerrero e Urbano (2012, 2013 e 2016) são os responsáveis por conduzir estudos sobre empreendedorismo no meio acadêmico. Esses autores defendem a ideia de que tais pesquisas sustentam a visão de uma universidade empreendedora, resultado de demandas da sociedade e de uma tentativa dessas instituições de serem sustentáveis.

Audy e Morosini (2006) complementam tal asserção relacionando o empreendedorismo à geração de novas empresas por meio de ambientes que propiciem a inovação. Nesse contexto, a universidade empreendedora, em sua nova função acadêmica, assume essa posição no desenvolvimento econômico e social e na integração desse desenvolvimento com o meio acadêmico, como forma de proporcionar invenção, inovação e difusão.

## 2.2 UNIVERSIDADE EMPREENDEDORA

O surgimento das universidades empreendedoras passa por uma ampliação dos grupos de pesquisa existentes nas universidades focadas em pesquisa básica e aplicada. Segundo Etzkowitz (2003), essa lógica de investimento em pesquisa possibilitou a criação de grupos de pesquisa que podem ser chamados de quase empresas, visto que, por meio da invenção de produtos e processos e com o auxílio de empresas, podem se tornar inovações para o mercado. Dessa maneira, criam-se as incubadoras de empresas dentro das estruturas das universidades, fomentando o empreendedorismo acadêmico e fortalecendo as raízes dos grupos para que se tornem *spin-offs* residentes em parques tecnológicos, um dos ambientes de inovação que as universidades proporcionam.

De acordo com Etzkowitz (2003), as universidades estão vivenciando um processo de mudança que as faz incorporar à sua missão responsabilidade sobre o desenvolvimento econômico e social. Surge, assim, uma universidade que envolve desde a extensão das ideias até a atividade prática, capitalizando o conhecimento, organizando novas entidades e gerenciando riscos (ETZKOWITZ, 2013); uma universidade que tenta proporcionar um ambiente favorável, no qual a comunidade universitária seja livre para explorar, avaliar e criar ideias que possam ser transformadas em iniciativas empreendedoras sociais e econômicas (GUERRERO et al., 2014).

O surgimento da universidade empreendedora deve-se à necessidade de criar novos campos interdisciplinares e áreas dedicadas ao fornecimento de soluções para problemas sociais e desafios, bem como ao advento de uma série de mecanismos de pesquisa e instituições dedicadas a facilitar a transmissão de conhecimento da universidade para as

empresas (AUDRETSCH, 2014). Além disso, na sociedade do conhecimento, as universidades precisam interagir estreitamente com a indústria e o governo, por meio da estratégia de inovação, para que o desenvolvimento socioeconômico aconteça (ETZKOWITZ; ZHOU, 2017).

Nesse cenário, North (1990, 2010) enumera os fatores formais e informais que facilitam e dificultam o desenvolvimento das universidades empreendedoras e que, inclusive, melhoram a cultura de uma sociedade. Como fatores formais, destacam-se o desenvolvimento e a implementação de cursos de empreendedorismo para estudantes, o suporte da universidade para transferência de tecnologia e criação de *startups*, as estruturas organizacionais flexíveis e o relacionamento com a indústria. Já como fatores informais, citam-se a proatividade dos alunos e professores (KIRBY; GUERRERO; URBANO, 2011).

A esse respeito, Galvão, Ferreira e Marques (2018) revelam três *clusters* como tendências da literatura: universidades empreendedoras, espírito empreendedor e processo de criação de negócios. Os autores mencionam, também, que a importância da educação para o empreendedorismo no desenvolvimento regional se tornou óbvia na última década. Pesquisadores e formuladores de políticas chegaram ao consenso de que a educação para o empreendedorismo é uma ferramenta estratégica para o crescimento e desenvolvimento regional, porque esse tipo de educação contribui para o desenvolvimento de aptidões e competências na sociedade e para a criação de novos empregos.

De acordo com Garcia et al. (2012), a atividade empreendedora e o processo de criação de empresas são debatidos no meio acadêmico com vistas ao desenvolvimento socioeconômico de países e regiões, até mesmo porque tal desenvolvimento tem sido associado às capacidades empreendedoras e de inovação de cada local. Nesse sentido, os empreendedores acadêmicos apresentam uma capacidade superior à média para a criação de novas empresas – a capacidade dos estudantes universitários de criar empresas intensivas em conhecimentos científicos e tecnológicos tem sido destacada na literatura como um importante instrumento para o desenvolvimento econômico e tecnológico dos países (GARCIA et al., 2012).

Portanto, compreender as definições de universidade empreendedora permite elucidar a evolução do pensamento dos autores sobre o assunto. Tendo isso em vista, elaborou-se um quadro conceitual, unindo os principais autores relacionados à definição de universidade empreendedora (Quadro 2).

Quadro 2 – Definições de universidade empreendedora

(continua)

AUTOR	DEFINIÇÃO
Etzkowitz (1984)	Uma universidade que considera novas fontes de financiamento, tais como patentes, pesquisa por meio de contratos e parceria com empresas privadas;
Clark (1998)	Instituições que procuram inovar no negócio, para elaborar uma mudança de caráter organizacional e para se tornarem universidades <i>stand-up</i> , que são atores significativos em seus próprios termos;
Jacob et al. (2003)	Uma universidade que possui novos mecanismos de apoio à infraestrutura para fomentar o empreendedorismo dentro da organização e para empacotar o empreendedorismo como um produto;
Guenther e Wagner (2008)	Uma organização múltipla que apresenta mecanismos diretos de apoio à transferência de tecnologia da academia para a indústria e mecanismos indiretos de apoio a novas atividades empresariais por meio da educação para o empreendedorismo;
Mainardes et al. (2011)	Uma universidade que busca ser tão livre de controle estatal quanto possível e procura interagir estreitamente com o mercado ao fim de adquirir recursos e atender às necessidades da sociedade em termos de conhecimento, contribuindo, assim, para o desenvolvimento social;

(conclusão)

Etzkowitz (2013)	Uma universidade que envolve desde a extensão das ideias até a atividade prática, capitalizando o conhecimento, organizando novas entidades e gerenciando riscos;
Guerrero et al. (2014)	Uma universidade que tenta proporcionar um ambiente favorável, no qual a comunidade universitária tem a possibilidade de explorar avaliar e criar ideias que possam ser transformadas em iniciativas empreendedoras sociais e econômicas;
Guerrero, Cunningham e Urbano (2015)	Universidades que contribuem para o desenvolvimento da cidade, da região ou do país onde está localizada. Isso significa a proposição básica da teoria do crescimento: sustentar a proposta de uma produção per capita em longo prazo;
Galvão, Ferreira e Marques (2018)	Universidades que constituem uma ferramenta estratégica para o crescimento e desenvolvimento regional, porque esse tipo de educação contribui para o desenvolvimento de aptidões e competências na sociedade e para a criação de novos empregos.

Fonte: adaptado de Schmitz et al. (2017).

A partir do Quadro 2, é possível identificar os principais autores que trabalham com o conceito de universidade empreendedora, bem como avaliar o posicionamento de cada um deles. Com isso, percebe-se que, enquanto Etzkowitz (1998) aborda principalmente a questão do conhecimento como capital, Guenther e Wagner (2008) defendem uma universidade centrada na interação com o setor produtivo, marcada por uma educação voltada para o empreendedorismo. Já Guerrero et al. (2014) entendem que as iniciativas empreendedoras com foco no aspecto econômico e social possuem maior relevância. Guerrero, Cunningham e Urbano (2015), por sua vez, alertam para a manutenção da renda per capita em longo prazo. E Galvão, Ferreira e Marques (2018) acreditam que essas universidades podem ser consideradas ferramentas estratégicas em virtude de formarem profissionais diferenciados e de contribuírem para a geração de empregos qualificados.

A seguir, são apresentados os procedimentos metodológicos que conduziram e nortearam este estudo, incluindo a abordagem, a estratégia e as técnicas de coleta e análise dos dados empregadas.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A partir de uma abordagem qualitativa, esta pesquisa propõe um estudo de dois casos (YIN, 2018), cujos dados foram coletados por meio de grupo focal (FLICK; BARBOUR, 2009; HENNINK, 2014) e analisados pelo método da análise de conteúdo (BARDIN, 2011) com base nas categorias de inovação-empendedorismo e universidade empreendedora, elencadas *a priori* (BARDIN, 2011), com o auxílio do *software* NVivo®, versão 12 (WOOLF; SILVER, 2017). Em relação ao tipo de pesquisa, Bulgacov (1998) descreve os estudos comparativos (também encontrados na literatura como *cross-country*) e de caso como facilitadores da compreensão sobre as organizações, por meio da investigação empírica. Um estudo comparativo analisa organizações similares em certos aspectos e diferentes em outros, no intuito de identificar fenômenos complexos, tais como os de uma universidade brasileira e mexicana examinados nesta pesquisa.

Além da abordagem qualitativa, esta pesquisa apresenta uma fase exploratória, que consiste no levantamento bibliográfico realizado para a composição do referencial teórico e nos dois grupos focais feitos com os alunos das duas universidades escolhidas (DENZIN; LINCOLN, 2017), e uma fase descritiva, concernente à descrição e caracterização dos casos comparados, que possibilitou organizar os resultados das entrevistas por meio de mapas conceituais representativos das falas e de suas codificações acerca dos fenômenos investigados (TRIVIÑOS, 2015).

Nesta pesquisa, foram realizados dois grupos focais. Na universidade brasileira, efetuou-se um grupo com discentes de graduação, concluintes da disciplina de

empreendedorismo, oferecida na grade curricular como disciplina eletiva no primeiro semestre de 2017. Já na universidade mexicana, formou-se um grupo com estudantes do Curso de Engenharia matriculados na disciplina de empreendedorismo, obrigatória na grade curricular, no segundo semestre de 2017. Ambas as instituições foram escolhidas por conveniência, tendo em vista que os pesquisadores poderiam dedicar mais tempo para a realização dos grupos focais.

O instrumento utilizado na entrevista com os grupos, um roteiro semiestruturado com perguntas abertas, foi baseado na pesquisa de Rodrigues (2013) e validado por um especialista na área de empreendedorismo acadêmico. Com base nesse roteiro, o primeiro encontro, feito na universidade brasileira em agosto de 2017, teve duração de 46 minutos e gerou 13 páginas de transcrição. Participaram do grupo focal: participante 1 (Curso de Processos Gerenciais), participante 2 (Curso de Processos Gerenciais), participante 3 (Curso de Ciências Contábeis) e participante 4 (Curso de Administração), todos concluintes da disciplina de empreendedorismo, o que possibilitou ter uma visão diversificada da disciplina, auxiliando na coleta de conteúdo para análise. Como na universidade brasileira essa disciplina não é obrigatória para todos os cursos, há a união de vários alunos de cursos diferentes que integram a disciplina. No caso da turma do segundo semestre de 2017, os estudantes foram convidados a participar da discussão, sendo incluídos na amostra aqueles que aceitaram.

Na universidade mexicana, o encontro ocorreu em outubro de 2017, com duração de 42 minutos, e gerou 11 páginas de transcrição. O grupo focal foi realizado durante uma aula de empreendedorismo, com a autorização do docente da disciplina. Os discentes foram convidados a participar da discussão e, no caso de quem aceitou, integrados à amostra deste estudo. Nesse dia, consentiram em participar 21 alunos do Curso de Engenharia – como a disciplina é ofertada de forma obrigatória no currículo de todos os cursos, o curso foi escolhido por conveniência.

Na sequência, são caracterizadas as instituições participantes. Uma delas, de natureza comunitária, está situada no estado do Rio Grande do Sul, Brasil, sendo denominada universidade brasileira neste estudo. A outra, uma instituição privada, localizada no estado de Nuevo Leon, México, é aqui denominada universidade mexicana. Ambas as instituições foram escolhidas para a pesquisa com o propósito de comparar as realidades, visto que as duas são consideradas empreendedoras segundo os autores apresentados no referencial teórico deste artigo.

### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA UNIVERSIDADE BRASILEIRA

Instituições Comunitárias de Educação Superior, como a Instituição A deste estudo, são regidas pela Lei n.º 12.881, de 12 de novembro de 2013, sendo constituídas na forma de associação ou fundação, com personalidade jurídica de direito privado e com patrimônio pertencente a entidades da sociedade civil e/ou ao poder público. São sem fins lucrativos, aplicando seus recursos na manutenção dos objetivos institucionais (BRASIL, 2013).

A universidade brasileira é uma instituição comunitária que oferece ambientes de inovação, como uma incubadora e um parque tecnológico, inaugurado recentemente. Também possui um núcleo de inovação e transferência de tecnologia, conforme prevê a Lei de Inovação n.º 10.973, de 02 de dezembro de 2004, atualizada pela Lei n.º 13.243, de 11 de janeiro de 2016. Além dos ambientes de inovação, a universidade oferece programas que incentivam o empreendedorismo e a inovação por meio da criação de novas empresas *startups*. Para fomentar essa cultura, foi integrada à grade curricular eletiva de todos os cursos a disciplina de empreendedorismo, na qual os estudantes são convidados a pensar em um novo produto, serviço ou negócio. A universidade conta com 77 cursos de graduação, mais de

900 professores e 800 laboratórios das mais variadas áreas de ensino.

### 3.2 CARACTERIZAÇÃO DA UNIVERSIDADE MEXICANA

A universidade mexicana está situada no estado de Nuevo Leon e possui o empreendedorismo como parte de sua missão. Disponibiliza em seus currículos a disciplina de empreendedorismo de maneira obrigatória para todos os cursos, bem como eventos realizados todos os semestres que envolvem a cultura e a educação empreendedora, como, por exemplo, a Semana I, evento que caracteriza a paralização das aulas, no qual todos os alunos passam a pensar na resolução de problemas do México por intermédio de novos produtos, processos e até mesmo de empresas.

Para auxiliar esses discentes, a universidade possui ambientes de inovação, como 12 parques tecnológicos (distribuídos em 26 *campi*), 8 aceleradoras, incubadoras de empresas e ambientes para troca e compartilhamento de ideias (a exemplo da biblioteca, considerada um *coworking* dentro do *campus* central). Essa instituição conta com um curso de nível superior denominado Criação de Empresas, que, durante quatro anos, forma um profissional voltado à abertura de novos negócios, capacitado para analisar o mercado e a resolução de problemas por meio da criação de empresas de alto impacto para a economia mexicana. A instituição conta, ainda, com mais de 90 mil alunos em 47 cursos de graduação e 57 cursos de pós-graduação (mestrado e doutorado).

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir das transcrições das entrevistas com o grupo focal, os dados obtidos foram analisados de forma conjunta (Brasil e México) e, posteriormente, analisados com o auxílio do *software* NVivo®, versão 12. A entrevista realizada iniciou questionando os entrevistados sobre seu entendimento acerca do que é o empreendedorismo. No Brasil, as respostas indicaram a criação, a transformação e a execução de ideias novas. O participante 1, por exemplo, mencionou o aperfeiçoamento de ideias já existentes: “[...] transformar o velho em novo, fazer uma adaptação do que já existe pra um novo processo, pra uma nova ideia, pra um novo mercado”. Além disso, esse grupo mencionou o empreendedorismo como um comportamento, algo instintivo para melhorar qualquer processo. Já no México, os participantes falaram sobre criar seu próprio negócio, podendo crescer e desenvolver tarefas com liberdade, sem a presença de chefes que limitassem suas ações.

Em um segundo momento, perguntou-se o porquê de os participantes terem optado pela disciplina de empreendedorismo e o que os motivava a estudar esse tema. Os mexicanos disseram que a universidade pode estimular a cultura empreendedora, por meio das incubadoras, para quem deseja ser líder no futuro. O respondente 2 expôs que a universidade fomenta o empreendedorismo por intermédio do programa Desafio Empreendedor, no qual a universidade doa uma quantia em dinheiro para o aluno comprar um bem ou serviço e fazê-lo render. Também relatou a oportunidade de adquirir experiência mediante uma disciplina disponibilizada pelo curso, em conjunto com uma empresa do mercado, acerca da viabilidade de um projeto, mercado ou produto. Os brasileiros, por sua vez, citaram que a disciplina de empreendedorismo se destina a desenvolver o aluno no que concerne ao ensino das etapas necessárias para abrir um negócio, embora isso ocorra de forma teórica, e não prática. A esse respeito, o participante 4 descreveu que “[...] na universidade é um pouco diferente do que acontece na vida real”, asserção que evidencia uma distância em relação ao que afirmam os mexicanos, que relatam viver uma experiência real.

Em seguida, questionou-se a importância da disciplina para cada um dos entrevistados.

Os participantes brasileiros relataram que a disciplina de empreendedorismo trouxe uma mudança em sua percepção, uma vez que, a partir disso, conseguiram associar o empreendedorismo às áreas que estudavam. Ainda, disseram que a interação entre os colegas, com a finalidade de elaboração dos trabalhos, mudou sua forma de olhar um negócio e de entender como colocá-lo no mercado. O participante 2 descreveu esse contexto ao mencionar o seguinte exemplo: “[...] tu conhece um monte de gente, tu abre a tua cabeça e tu sai ali do teu curso e tu começa a enxergar os outros cursos, o quanto aquilo é importante para uma empresa, e não só uma administradora”. Complementando, o participante 4 narrou: “[...] as interações que realmente precisam unir ali, somar, né, para a gente conseguir andar e tal empresa x; acho muito importante, até os trabalhos em grupo a gente dividia, dava tudo certo assim nas divisões [...] cada um tinha o conhecimento da sua área”. E o participante 1 falou da importância do consenso dessa interação para criar um bom negócio e fazê-lo crescer. Já os entrevistados mexicanos ressaltaram a importância de conviver com as pessoas que não conhecem, simulando a realidade que vivenciarão quando forem para o mercado de trabalho.

Quando indagados sobre a oportunidade de cursar a disciplina de inovação durante a graduação, os brasileiros responderam que a disciplina seria interessante no início do curso e não no final, pois a inovação abre caminhos, conforme comentou o participante 4: “[...] eu acho que a inovação vem para isso, né, para te abrir horizontes”. Complementando, o participante 1 citou que essa disciplina pode auxiliar na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso – “na verdade, tu vai agregar mais, mais no teu TCC, porque é já o final do curso. Tu vai levar uma inovação já no final” –, informação confirmada pelo participante 3. Já os mexicanos não foram questionados a esse respeito porque o curso oferece a disciplina de empreendedorismo junto com a de inovação.

Quando perguntados sobre o conhecimento e a utilização da estrutura de apoio ao empreendedorismo que a universidade oferece aos estudantes, os mexicanos informaram que a instituição oferta a integração entre alunos e incubadoras. Ademais, as incubadoras oferecem suporte para as empresas familiares, conforme mencionado pelo respondente 2:

Também tem atividades nessa estrutura, como as famílias empreendedoras, que é um programa das incubadoras que apoiam a geração de empresas familiares, e o distrito tecnológico, que junta a comunidade com a universidade, e você pode chegar no distrito tecnológico com um projeto empreendedor como estudante, por exemplo, com algo que pode ser aplicado aqui na “zona tecnológica” [que fica no perímetro próximo à universidade].

O respondente 3 acrescentou que existe o registro das novas ideias, bem como uma premiação para que o aluno empreendedor tenha os recursos iniciais para principiar seu negócio dentro da incubadora:

Dentro dessas estruturas de apoio, existe um programa ou concurso que eu acho que dura um ano, em que te registram e registra tua ideia de negócio. Os especialistas avaliam tudo durante três dias de concurso, e o ganhador tem um prêmio de uma bolsa para a incubadora de negócios e, então, terá ao menos os serviços para arrancar tua ideia de negócio.

Com outro olhar, os entrevistados brasileiros disseram conhecer a estrutura para o empreendedorismo, mas apenas o participante 4 descreveu tal questão com detalhes, uma vez que participou do programa da Empresa Júnior e, após essa vivência, conheceu a estrutura referida, como o *start* e o evento de empreendedorismo *Startup Weekend*, que ocorre anualmente na universidade:

[...] eu tive um entendimento maior do que era o *start*. E, aí, eu pude ver que não é só para os estudantes. É também para as empresas de fora. Então, não só os alunos podem disfrutar disso, mas, se eles tiverem uma empresa, nem que não seja do curso, enfim. Mas, tenha uma ideia inovadora, eles podem explorar essa ideia num *start*. O *start* é um auxílio pros alunos ou não alunos, pra comunidade em geral que tem uma empresa, que tem uma ideia inovadora e que quer transformar numa empresa.

O mesmo entrevistado falou, ainda, das incubadoras tecnológicas, que visam dar andamento às ideias desenvolvidas. Vale destacar que todos os brasileiros informaram que não sabiam da existência dessa estrutura da universidade brasileira voltada ao empreendedorismo, conhecendo-a apenas depois da disciplina sobre essa temática.

Quando perguntado se os participantes empreenderiam após a disciplina de empreendedorismo cursada e de que maneira tal disciplina ajudou a enxergar novas possibilidades, os brasileiros demonstraram ideias divergentes. O participante 4 informou que abriria uma empresa, pois participou do *Startup Weekend* e teve de criar uma empresa em dois dias, durante o evento. O participante 1, por sua vez, referiu que não estava preparado para iniciar uma empresa, citando a falta de conhecimento como um dos impeditivos. Já o participante 2 falou do planejamento necessário para abrir um negócio e da incerteza que acompanha esse momento, mencionando as condições do Brasil e características individuais como dedicação e experiência no ramo a ser seguido. Por fim, o participante 3 declarou que não abriria um negócio hoje, mas que até o final do curso isso seria possível, pois estaria mais preparado. Entretanto, enfatizou que não o faria sozinho, mas com um parceiro empresarial, ressaltando que, no Curso de Contabilidade, os colegas são individualistas, ou seja, não procuram parcerias, e que as empresas ficam desatualizadas:

[...] muito empresário lá fora não atualiza e não busca e também não sabe que a universidade fornece esse auxílio [...] se eu abrisse um negócio, com certeza buscaria ajuda, continuaria ou estudando, mantendo contato, buscando as informações aqui da universidade [...].

Os demais participantes brasileiros concordaram que o apoio da universidade e dos docentes, como parceiros para a troca de ideias, pode ser um fator importante para que o negócio dê certo, tal como aludido pelo participante 2: “Se fosse o caso de eu tentar abrir um negócio, eu acho que a universidade é um apoio necessário. Os professores também são atuais e dedicados – a maioria –, e eu acho que a universidade brasileira te dá muito apoio”.

Quando analisada a perspectiva mexicana, nota-se que o respondente 1 se sente preparado e com vontade de empreender: “Quando eu vejo nas matérias que alunos daqui fizeram isso ou aquilo, eu olho e penso: poderia ser eu. A universidade te dá todas as ferramentas necessárias para poder fazer seu projeto; então eu penso que isso te motiva”. Ressaltou, ainda, a importância de ter uma boa ideia, sem empreender apenas por empreender, porque a ideia deve valer a pena.

Os entrevistados também foram questionados sobre sua perspectiva quanto à universidade ser empreendedora. Os mexicanos mostraram-se unânimes ao confirmar que a universidade mexicana é empreendedora. O respondente 2 destacou sua origem dela: “Desde sua fundação, a universidade mexicana tem essa finalidade de que o empreendedorismo pode ajudar a mudar a realidade do nosso povo. Com isso tudo que temos aqui, nos remete a esse objetivo”. O respondente 3, por sua vez, observou que as disciplinas são voltadas para atender ao empreendedorismo:

[...] penso que, em cada uma das matérias, nos dão desafios de diferentes âmbitos e com isso nos vão formando e orientando nessa parte, porque, no momento que vais

empreender, você vai enfrentar desafios e vais falhar várias vezes e aprender com isso, até que em algum desafio poderás vencer.

A opinião dos entrevistados brasileiros não foi clara a esse respeito. O participante 3 acredita que a universidade brasileira é empreendedora porque existem pessoas que se relacionam com outras universidades:

[...] eu concordo que ela seja uma universidade empreendedora, até mesmo que, porque eu tenho contato com as pessoas que estudam em outras universidades e, fazendo um comparativo, eu percebo que, nas outras universidades, puxam muito pro lado técnico, e aqui não [...].

Já o participante 2 afirmou: “[...] acho que a universidade é inovadora, sim, busca sempre estar atualizada, sempre tem bastante coisa para ti fazer e para ti buscar, pesquisar, mas também concordo que tu tem que pesquisar [...]”. Os participantes ressaltaram, também, a qualidade da universidade, que seria a melhor da cidade, mas que, por não investir em mídia, não estaria empreendendo nesse aspecto, como mencionou o participante 4:

[...] a universidade não está sendo empreendedora nesse quesito. Eles não estão sabendo se divulgar no mercado. Então, para isso, já perde um pouco de universidade empreendedora, talvez tenha toda a estrutura para ser uma universidade empreendedora, mas nem dentro aquela está ensinando, está fazendo [...].

Com a interpelação do mediador direcionando a universidade empreendedora à estrutura de empreendedorismo que oferece para gerar uma cultura empreendedora, os participantes mencionaram que a universidade brasileira fornece suporte para desenvolver as atividades dos discentes dentro da instituição, conforme indicou o participante 3: “Nós temos toda a estrutura que nós precisamos. A gente trabalha muito com sistema, temos o sistema bom, bem didático, e tudo que a gente precisa para desenvolver nossas atividades, para realmente testar”. Os participantes 1 e 2, por seu turno, salientaram que o empreendedorismo depende da vontade do aluno, atrelada à personalidade de cada indivíduo.

A última pergunta feita durante o grupo focal questionou se a universidade possui responsabilidade na formação de um país mais empreendedor e com potencial inovador. Os entrevistados brasileiros informaram que a instituição tem o papel de trazer o conhecimento para a formação de cada aluno e que depende deste o que será realizado no mercado. A esse respeito, o participante 1 disse: “[...] a universidade tem potencial, depende de cada aluno, de cada pessoa obter todo o conhecimento que ela disponibiliza [...]”. Os participantes 2 e 3 também apresentaram o mesmo ponto de vista, afirmando, respectivamente: “Concordo que a universidade te dá todo o suporte. Concordo que depende do aluno também buscar o que a universidade está te disponibilizando [...]” e “[...] tem esse incentivo para que você use o seu curso para fazer algo de diferente na sociedade [...]”. No entanto, pode-se verificar que nenhum dos respondentes falou especificamente sobre a responsabilidade da universidade na formação de um país mais empreendedor e com potencial inovador, centrando-se em mencionar o papel da universidade de uma forma geral.

O entendimento dos respondentes mexicanos, deferentemente, evidencia uma clareza nos conceitos, que pode ser verificada, por exemplo, quando o respondente 2 esclareceu:

Eu acredito que o empreendedorismo na universidade é algo importante para o crescimento de um país porque amplia o panorama que vemos, nos faz questionar o porquê das coisas, o que se pode fazer melhor, embasar essas ideias e aplicá-las. Com todo o conhecimento de mercado, de negócio, planejamento, cenários, é possível chegar a uma ideia de negócio e, com isso feito em conjunto, se pode

mudar a história de um país.

Reafirmando tal aspecto, o respondente 1 afirmou:

[...] eu e um amigo, que somos de outra cidade, sempre vimos que na nossa comunidade tinham várias pessoas que tinham vontade de trabalhar, mas que não sabiam como poderiam ter suas próprias empresas. Então, quando entrei aqui, eu comecei a ter noções básicas, e eu e ele começamos a repassar o que aprendemos aqui para alguns interessados. Algumas dessas pessoas hoje têm sua própria empresa, pequena de família, mas eu pude perceber que posso ajudar. Claro que a proporção disso é pequena, mas, se cada um fizer algo, podemos mudar nossa realidade com o empreendedorismo, por meio da universidade.

#### 4.1 ANÁLISE COM O SOFTWARE

Após a análise das falas, foi gerado um arquivo no *software* NVivo®, versão 12, com o intuito de verificar as relações entre os dados obtidos. Para melhor compreensão, criaram-se categorias diferentes para as duas universidades, que surgiram *a posteriori*, as quais estão descritas no Quadro 3 (as referências concernem à quantidade de falas atribuídas para cada categoria). Cabe lembrar que as categorias elencadas *a priori* eram universidade empreendedora e empreendedorismo/ inovação.

Quadro 3 – Categorias e referências

CASO	CATEGORIAS	REFERÊNCIAS
Universidade brasileira	Empreendedorismo	5
	Disciplina de Empreendedorismo	16
	<i>Network</i>	3
	Trabalho em Equipe	8
	Ideias para Empreender	5
	Motivação para Empreender	6
	Inovação	2
	Disciplina de Inovação	8
	Universidade Empreendedora	11
	Estrutura da Universidade	7
	Docentes	1
	Falta de Comunicação/Conhecimento da Estrutura	14
	Parceria para Empreender	4
	Universidade mexicana	Empreendedorismo e Inovação
Cultura Empreendedora		5
Disciplina de Empreendedorismo		9
Trabalho em Equipe		1
Ideias para Empreender		5
Motivação para Empreender		11
Universidade Empreendedora		11
Estrutura da Universidade		11
Parceria para Empreender		3

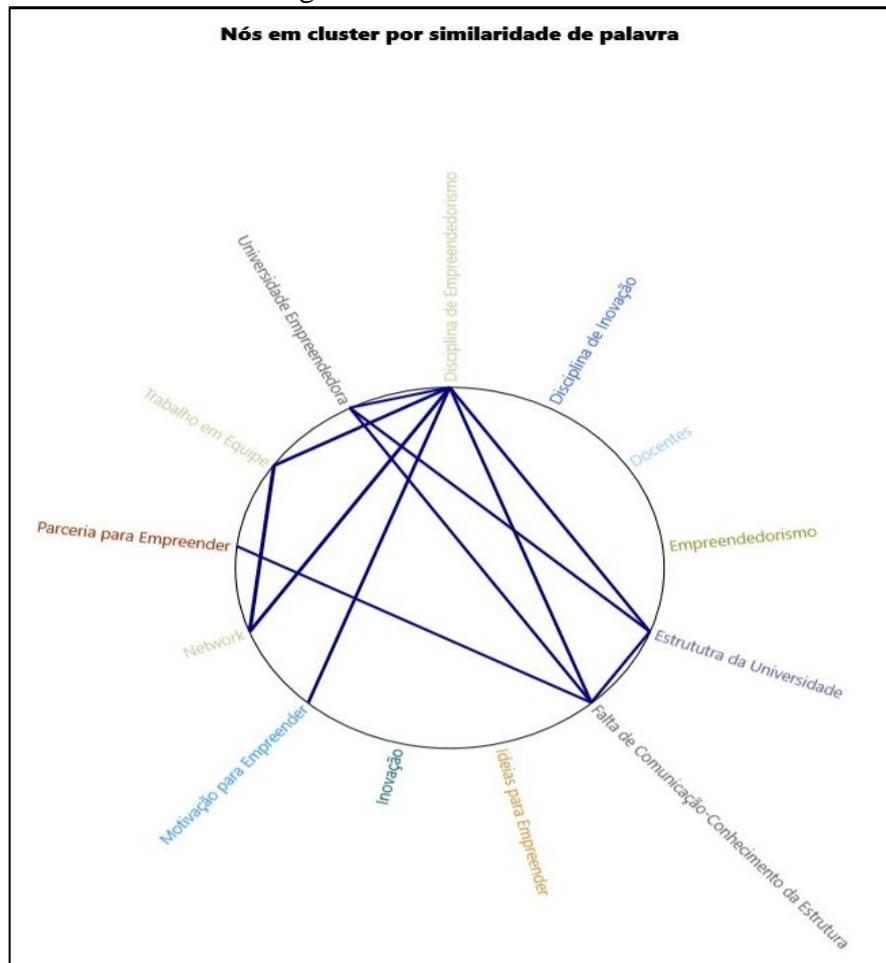
Fonte: elaborado pelos autores.

Com as categorias formadas, procedeu-se à análise do *cluster* de forma individual para cada país, com o objetivo de comparar as duas realidades. O *cluster* brasileiro evidencia a disciplina de empreendedorismo como fator principal de identificação da universidade com os alunos, estando ligada às categorias de universidade empreendedora, trabalho em equipe, *network*, motivação para empreender e falta de comunicação/conhecimento da estrutura para empreender. Portanto, pode-se verificar que o conhecimento dos estudantes sobre a estrutura

da universidade e o empreendedorismo ocorre a partir da disciplina, o que também foi evidenciado nas falas. Todos os brasileiros informaram que não conheciam a estrutura da universidade voltada ao empreendedorismo, sabendo de sua existência apenas depois da disciplina de empreendedorismo.

Além disso, a associação da disciplina de empreendedorismo com as categorias de *network*, trabalho em equipe e falta de comunicação/conhecimento da estrutura para empreender foi citada durante as entrevistas, como descreveu o participante 2: “[...] tu conhece monte de gente, tu abre a tua cabeça e tu sai ali do teu curso e tu começa a enxergar os outros cursos, quanto aquilo é importante para uma empresa, e não só uma administradora”. A Figura 1, a seguir, mostra o *cluster* brasileiro.

Figura 1 – *Cluster* brasileiro

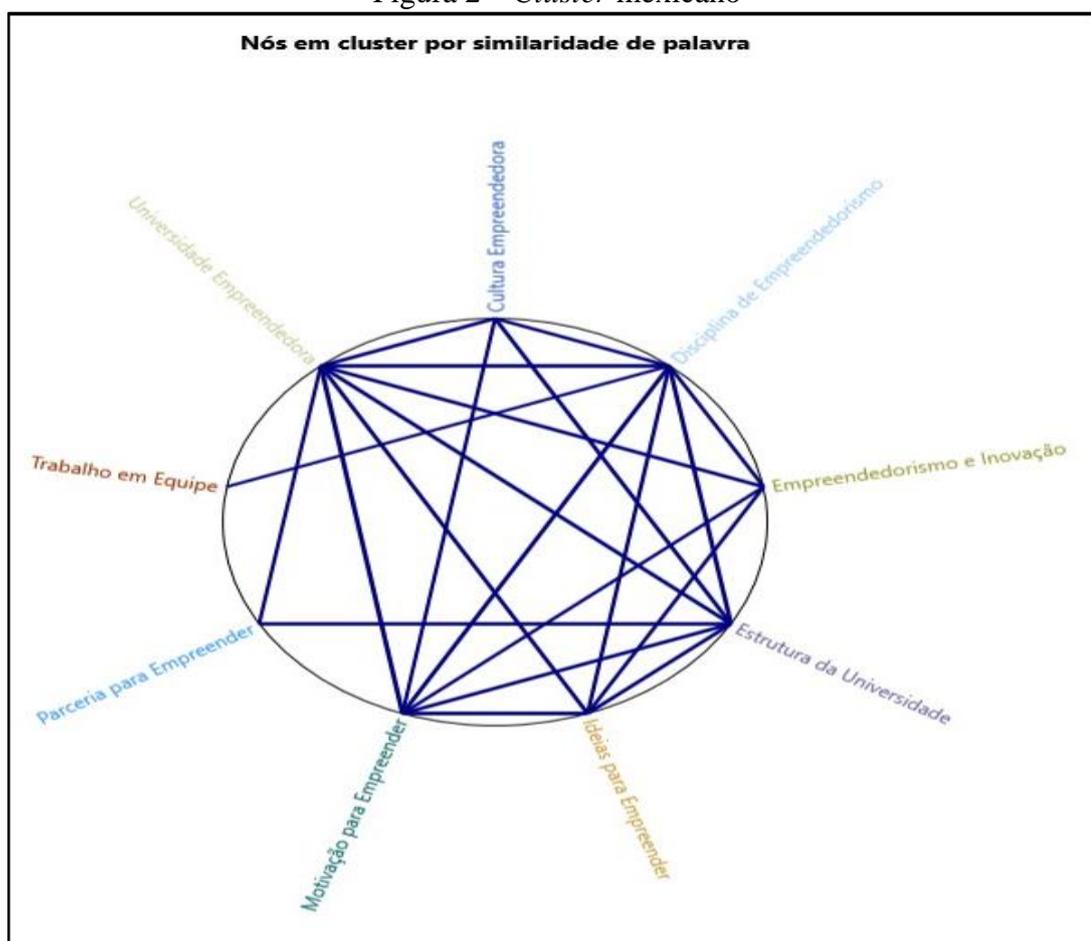


Fonte: dados da pesquisa extraídos do *software* NVivo®, versão 12.

Em comparação com o Brasil, o *cluster* gerado pelos estudantes mexicanos apresenta outra realidade. A disciplina de empreendedorismo está relacionada principalmente à universidade empreendedora, à motivação para empreender, a ideias para empreender, à estrutura da universidade, ao trabalho em equipe, à cultura para empreender e ao empreendedorismo e à inovação. Essas conexões podem ser observadas nas entrevistas, como exemplificou o respondente 2, que expôs que a universidade fomenta o empreendedorismo por meio do programa Desafio Empreendedor, além da oportunidade da experiência por meio de uma disciplina disponibilizada pelo curso, em conjunto com uma empresa do mercado, acerca da viabilidade de um projeto, mercado ou produto.

Outra ligação importante apresentada no *cluster* é a motivação para empreender, que se relaciona com universidade empreendedora, cultura empreendedora, disciplina de empreendedorismo, empreendedorismo e inovação, estrutura da universidade e ideias para empreender. Pode-se observar, também, que o empreendedorismo é incentivado não apenas em sala de aula, mas também fora da universidade. Essa motivação é explicitada pelo respondente 1, que mencionou se sentir preparado e com vontade de empreender: “Quando eu vejo nas matérias que os alunos daqui fizeram isso ou aquilo, eu olho e penso: poderia ser eu. A universidade te dá todas as ferramentas necessárias para poder fazer seu projeto; então eu penso que isso te motiva”. O *cluster* mexicano é ilustrado na Figura 2.

Figura 2 – *Cluster* mexicano

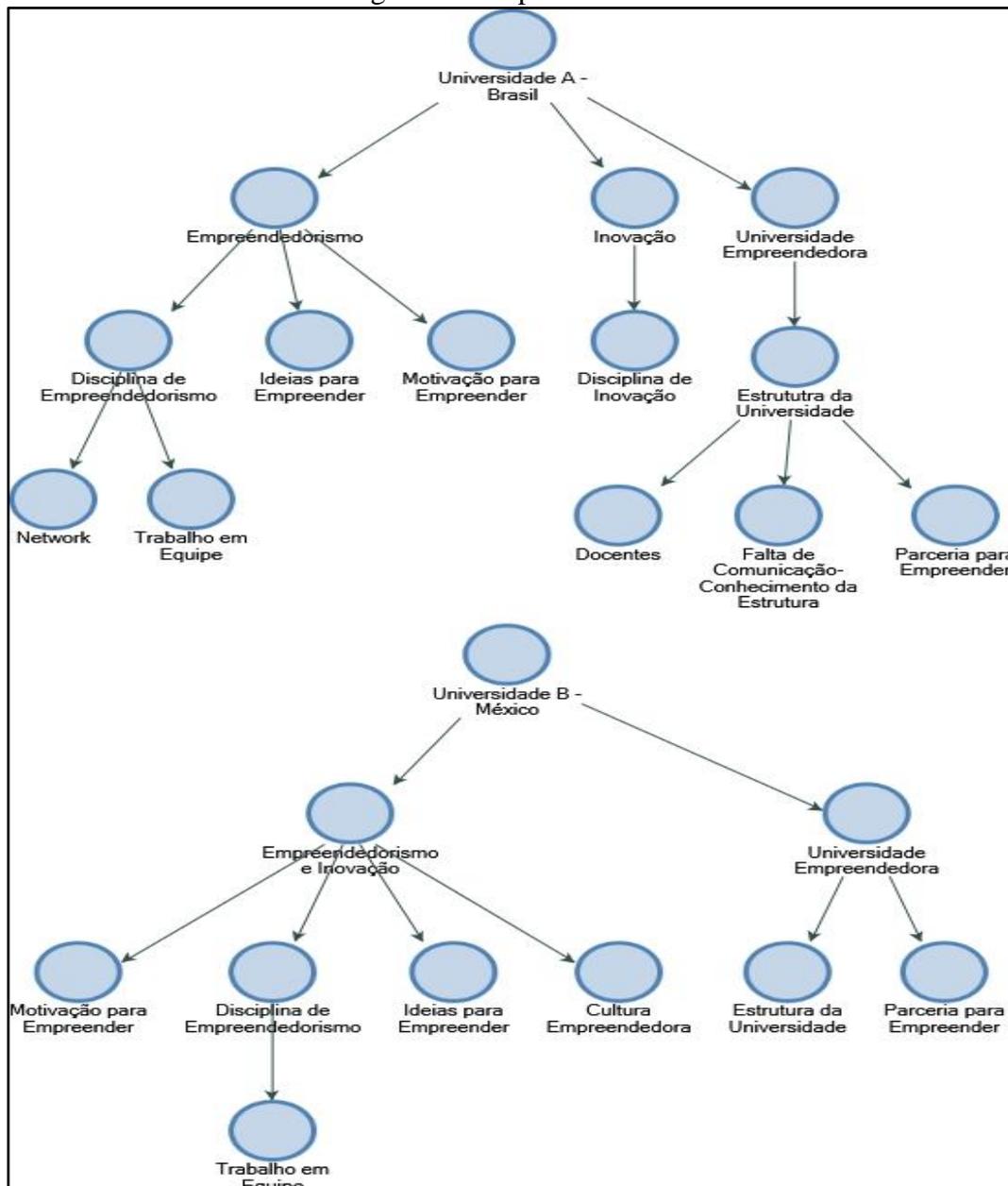


Fonte: dados da pesquisa extraídos do *software* NVivo®, versão 12.

Por fim, foi gerado um mapa conceitual para comparar as percepções dos entrevistados, conforme mostra a Figura 3. No mapa, é possível observar que os brasileiros notam diferença entre empreendedorismo e inovação. O empreendedorismo é percebido por meio da disciplina ofertada, que motiva os discentes a empreenderem e gera ideias para isso. Além disso, na disciplina, os alunos trabalham em grupo e conseguem formar *network*. A inovação, por outro lado, é vista apenas como uma disciplina ofertada. Assim, a universidade empreendedora apresenta, na perspectiva dos entrevistados, uma estrutura que fomenta parcerias e que é estimulada pelos docentes, faltando, contudo, comunicação desses aspectos aos estudantes, elementos que podem ser visualizados na fala do participante 2: “Se fosse o caso de eu tentar abrir um negócio, eu acho que a universidade é um apoio necessário. Os professores também são atuais e dedicados, a maioria, e eu acho que a universidade te dá muito apoio”.

Já as relações geradas para a universidade mexicana evidenciam dois aspectos distintos e claros: a inovação e o empreendedorismo como disciplinas (por meio do trabalho em equipe) que mostram a cultura para empreender, motivando e gerando ideias para o empreendedorismo; e a universidade empreendedora como instituição que provê uma estrutura empreendedora, além de fomentar parcerias para empreender. Esses pontos foram observados nas entrevistas quando os alunos mexicanos informaram que a universidade oferece a integração entre discentes e incubadoras e que estas ofertam suporte para as empresas familiares. Ademais, o respondente 3 acrescentou que existe registro das novas ideias, bem como premiação para que o aluno empreendedor tenha os recursos necessários para principiar seu negócio dentro da incubadora: “Os especialistas avaliam tudo durante três dias de concurso, e o ganhador tem um prêmio de uma bolsa para a incubadora de negócios e, então, terá ao menos os serviços para arrancar tua ideia de negócio”.

Figura 3 – Mapa conceitual



Fonte: dados da pesquisa extraídos do software NVivo®, versão 12.

A seguir são apresentadas as considerações finais deste estudo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da meta de analisar a percepção dos estudantes sobre a importância da universidade empreendedora para sua formação acadêmica e dos resultados apresentados, é possível identificar uma diferença a respeito dos conceitos de empreendedorismo e inovação na percepção dos universitários participantes desta pesquisa. Os brasileiros demonstraram dificuldades em entender a universidade empreendedora e o modo como ela pode ajudar, de fato, os alunos e a comunidade em geral na abertura e no desenvolvimento de novos negócios e/ou ideias. Esses quesitos são entendidos com clareza pelos mexicanos, que descreveram que se sentem apoiados para criar um novo negócio e auxiliar pessoas da comunidade que não tiveram acesso à universidade a montarem o seu negócio, até mesmo porque a universidade possui todas as ferramentas e os recursos necessários para isso. Ademais, enquanto que, para os brasileiros, a inovação e o empreendedorismo são percebidos como conceitos distintos, sem ligação, para os mexicanos, tais elementos trabalham juntos, de forma integrada.

Além disso, fica notório nas entrevistas e análises que os brasileiros entendem o empreendedorismo apenas como uma disciplina. A estrutura não é comunicada de forma clara a todos os estudantes da instituição, havendo queixas quanto à falta de comunicação da universidade em divulgar toda a sua estrutura para a comunidade em geral e para os alunos, a fim de que estes possam aproveitar tal aspecto desde seu ingresso na universidade. Já os discentes mexicanos compreendem de maneira clara a estrutura da universidade, como a zona tecnológica e as incubadoras, e incentivos oferecidos pela própria instituição para fomentar o empreendedorismo. Essa cultura empreendedora é percebida e disseminada para todos os alunos, que se sentem motivados a empreender.

Quanto à disciplina de empreendedorismo, os estudantes mexicanos disseram experienciar o empreendedorismo por meio de parceiras com empresas fora da universidade. Já os alunos brasileiros informaram que fazem trabalhos dentro de sala de aula, o que pode não representar a realidade que talvez vivenciem no futuro.

Como limitação do estudo, citam-se o número de entrevistados e as áreas em que atuam. Para estudos posteriores, seria importante aumentar o número de alunos participantes, além de diversificar os cursos dos integrantes da amostra. Outra sugestão consiste na escolha de universidades que constem no *ranking* das universidades empreendedoras, com o intuito de entender como elas disseminam e cultuam o empreendedorismo dentro e fora da instituição.

## REFERÊNCIAS

AUDRETSCH, D. B. From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. **The Journal of Technology Transfer**, v. 39, n. 3, p. 313-321, 2014.

AUDY, J. L. N.; MOROSINI, M. C. (orgs.). **Innovation and entrepreneurialism in the university**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BORGES, C.; FILION, L. J. Spin-off Process and the Development of Academic Entrepreneur's Social Capital. **Journal of Technology Management & Innovation**. Universidad Alberto Hurtado, v. 8, n. 1, p. 21-34, 2013.

BRASIL. **Lei N° 12.881.** Brasília – DF, 2013. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Lei/L12881.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12881.htm). Acesso em: 27 jan. 2019.

BRASIL. **Lei N° 10.973:** Lei da Inovação. Brasília – DF, 2004. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm). Acesso em: 27 jan. 2019.

BRASIL. **Lei N° 13.243:** Lei da Inovação. Brasília – DF, 2016. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2016/Lei/L13243.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13243.htm). Acesso em: 27 jan. 2019.

BULGACOV, S. Estudos comparativos e de caso em organizações de estratégia. **Organizações & Sociedade**, Salvador: Escola de Administração - UFBA, v. 5, n. 11, p. 53-76, 1998.

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en général.** London: Fetcher Gyler, 1755. Institut Coppet: Paris, 2011. Disponível em: <http://www.institutcoppet.org/wp-content/uploads/2011/12/Essai-sur-la-nature-du-commerce-en-gener-Richard-Cantillon.pdf>. Acesso em 13 de jan. 2019.

CLARK, B. **Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation.** Oxford: Pergamon Press, 1998.

CLARK, B. **Creating Entrepreneurial Universities.** Oxford: IAU Press-Elsevier Science, 2003a.

CLARK, B. Sustaining change in Universities: continuities in case studies and concepts. **Tertiary Education and Management**, v. 9, n. 2, p. 99-116, 2003b.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (ed.). **The Sage handbook of qualitative research.** 5. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2017.

DRUCKER, P. F. Keeping U.S. Companies Productive. **Journal of Business Strategy**, v. 7 n. 3, p. 12-15, 1987.

ETZKOWITZ, H. Research groups as ‘quasi-firms’: the invention of the entrepreneurial university. **Research Policy**, v. 32, n. 1, p. 109-121, 2003.

ETZKOWITZ, H. Anatomy of the entrepreneurial university. **Social Science Information**, v. 52, n. 3, p. 486-511, 2013.

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. The triple Helix -- University-Industry-Government Relations: a laboratory for knowledge Based Economic Development. **EASST Review**, v. 14, n. 1, p. 14-19, 1996.

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. A. Triple Helix of University-Industry-Government Relations: Introduction. **Industry and Higher Education**, v. 12, n. 4, p. 197-201, 1998.

ETZKOWITZ, H.; ZHOU, C. Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. **Estudos Avançados**, v. 31, n. 90, p. 23-48, 2017.

FLICK, U.; BARBOUR, R. **Coleção pesquisa qualitativa: Grupos Focais**. 1 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GALVÃO, A.; FERREIRA, J. J.; MARQUES, C. Entrepreneurship education and training as facilitators of regional development: A systematic literature review. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 25, n. 1, p. 17-40, 2018.

GARCIA, R., ARAUJO, V., MASCARINI, S., SILVA, A., ASCÚA, R. Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação da propensão à criação de empresas por estudantes universitários. **Regepe - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo - SP, v. 1, n. 3, p. 36-63, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil: 2016**. Curitiba: IBQP, 2017. 210 p. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2019.

GRAFSTRÖM, J.; LINDMAN, Å. Invention, innovation and diffusion in the European wind power sector. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 114, p. 179-191, 2017.

GRANT, R. M. Corporate Strategy: Managing Scope and Strategy Content. In: PETTIGREW, A. M.; THOMAS, H.; WHITTINGTON, R. (ed.). **Handbook of Strategy and Management**. London: SAGE Publications Ltd, 2002. p. 72-97.

GUENTHER, J.; WAGNER, K. Getting out of the ivory tower – new perspectives on the entrepreneurial university. **European Journal of International Management**, v. 2, n. 4, p. 400-417, 2008.

GUERRERO, M. *et al.* Determinants of Graduates' Start-Ups Creation across a Multi-Campus Entrepreneurial University: The Case of Monterrey Institute of Technology and Higher Education. **Journal of Small Business Management**, v. 56, n. 1, p. 150-178, 2017.

GUERRERO, M. *et al.* Entrepreneurial universities in two European regions: a case study comparison. **The Journal of Technology Transfer**, v. 39, n. 3, p. 415-434, 2014.

GUERRERO, M.; CUNNINGHAM, J. A.; URBANO, D. Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. **Research Policy**, n. 44, n. 3, p. 748-764, 2015.

GUERRERO, M.; URBANO, D. The development of an entrepreneurial university. **The Journal of Technology Transfer**, v. 37, n. 1, p. 43-74, 2012.

GUERRERO, M.; URBANO, D. Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Region. **Economic Development Quarterly**, v. 27, n. 1, p. 40-45, 2013.

GUERRERO, M.; URBANO, D. The impact of Triple Helix agentes on entrepreneurial innovations' performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 119, n. 1, p. 294-309, 2016.

HENNINK, M. M. **Focus group discussions**. New York: Oxford University Press, 2014.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KIRBY, D. A.; GUERRERO, M.; URBANO, D. Making Universities More Entrepreneurial: Development of a Model. **Canadian Journal of Administrative Sciences**, v. 28, n. 3, p. 302-316, 2011.

NORTH, D. C. **Institutions, Institutional Change and Economic Performance**. St. Louis: Cambridge University Press, 1990.

NORTH, D. C. **Understanding the Process of Economic Change**. New Jersey: Princeton University Press, 2010.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT - OECD. **Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation**. 4. ed. Paris: OECD Publishing, 2018.

ORNSTEIN, M. **The Role of the Scientific Societies in the Seventeenth Century**. Chicago, IL: Chicago University Press, 1928.

PUGH, R. *et al.* The entrepreneurial university and the region: what role for entrepreneurship departments? **European Planning Studies**, v. 26, n. 9, p. 1835-1855, 2018.

RODRIGUES, A. de A. **A relação entre teoria e prática na interlocução com os assistentes sociais de Santa Catarina**. 2013. 241 f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2013.

SÁBATO, J.; BOTANA, N. La Ciencia y La Tecnologia em La Desarrollo Futuro de América Latina. **Revista de La Integracion latino americano**, p.15-36, 1968.

SAY, J. B. **Traité d'économie politique**: ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses. Paris, 1803. In Institut Coppet. Paris, 2011. Disponível em: <http://www.institutcoppet.org/wp-content/uploads/2011/12/Traite-deconomie-politique-Jean-Baptiste-Say.pdf>. Acesso em: 13 de jan. 2019.

SCHMITZ, A. *et al.* Innovation and entrepreneurship in the academic setting: a systematic literature review **International Entrepreneurship and Management Journal**. v. 13, n. 2, p. 369-395, 2017.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, Socialism, and Democracy**. New York: Harper, 1942.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. O positivismo; a fenomenologia; o marxismo. São Paulo: Atlas, 2015.

WOOLF, N. H.; SILVER, C. **Qualitative Analysis Using NVivo: The Five-Level QDA® Method**. New York: Routledge, 2017.

YIN, R. K. **Case study research and applications: design and methods**. 6. ed. Los Angeles: SAGE, 2018.

ZARPELLON, S. C. O empreendedorismo e a teoria econômica institucional. **Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía**. v. 1, n. 1, p. 47-55, 2010.