

INCUBADORAS DE EMPRESAS EM UNIVERSIDADES NA PROMOÇÃO DO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

José Roberto Pasotti - UNIPINHAL

Patricia Viveiros De Castro Krakauer

Resumo

Tem-se como objetivo verificar como incubadoras de empresas em universidades podem promover o ensino de empreendedorismo. Trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, tipo exploratória, desenvolvida com abordagem qualitativa, utilizando como método o levantamento de dados secundários, e dados primários. Após revisão teórica e análise dos dados obtidos com a pesquisa empírica, pode-se constatar que as incubadoras de empresas em universidades são espaços importantes no processo de ensino de empreendedorismo. Como parte importante do ecossistema favorecem o ensino do empreendedorismo pela participação do aluno na elaboração de projetos; realização e participação em eventos; pela troca de experiências entre alunos, professores e empreendedores das empresas incubadas, estimulando a criatividade, a inovação e o empreendedorismo, aproximação do estudante com o empresário e o contato com o processo de intermediação que transforma a pesquisa em produto. Considerou-se que ao se apresentar um framework com as etapas para se ensinar empreendedorismo tal quadro poderá ser aplicado por instituições de ensino que queiram utilizar as incubadoras como um espaço possível para a promoção do empreendedorismo. A pesquisa contribui para que professores, alunos e demais componentes da hélice tríplice repensem a importância e uso desses espaços para o desenvolvimento prático de habilidades empreendedoras.

Palavras-chave:chave: incubadoras, ensino de empreendedorismo, empresas

Abstract

The aim is to verify how business incubators at universities can promote entrepreneurship education. It is an applied research, exploratory type, developed with a qualitative approach, using as a method the survey of secondary data, and primary data. After theoretical review and analysis of data obtained from empirical research, it can be seen that business incubators in universities are important spaces in the process of teaching entrepreneurship. As an important part of the ecosystem, they favor the teaching of entrepreneurship through the student's participation in the elaboration of projects; realization and participation in events; by the exchange of experiences between students, professors and entrepreneurs of the incubated companies, stimulating creativity, innovation and entrepreneurship, bringing the student closer to the entrepreneur and contact with the intermediation process that transforms research into a product. It was considered that by presenting a framework with the steps to teach entrepreneurship, such a framework could be applied by educational institutions that want to use incubators as a possible space for the promotion of entrepreneurship. The research helps teachers, students and other components of the triple helix to rethink the importance and use of these spaces for the practical development of entrepreneurial skills.

Keywords: incubators, entrepreneurship education, companies

INCUBADORAS DE EMPRESAS EM UNIVERSIDADES NA PROMOÇÃO DO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

RESUMO

Tem-se como objetivo verificar como incubadoras de empresas em universidades podem promover o ensino de empreendedorismo. Trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, tipo exploratória, desenvolvida com abordagem qualitativa, utilizando como método o levantamento de dados secundários, e dados primários. Após revisão teórica e análise dos dados obtidos com a pesquisa empírica, pode-se constatar que as incubadoras de empresas em universidades são espaços importantes no processo de ensino de empreendedorismo. Como parte importante do ecossistema favorecem o ensino do empreendedorismo pela participação do aluno na elaboração de projetos; realização e participação em eventos; pela troca de experiências entre alunos, professores e empreendedores das empresas incubadas, estimulando a criatividade, a inovação e o empreendedorismo, aproximação do estudante com o empresário e o contato com o processo de intermediação que transforma a pesquisa em produto. Considerou-se que ao se apresentar um framework com as etapas para se ensinar empreendedorismo tal quadro poderá ser aplicado por instituições de ensino que queiram utilizar as incubadoras como um espaço possível para a promoção do empreendedorismo. A pesquisa contribui para que professores, alunos e demais componentes da hélice tríplice repensem a importância e uso desses espaços para o desenvolvimento prático de habilidades empreendedoras.

Palavras-chave: incubadoras, ensino de empreendedorismo, empresas.

INTRODUÇÃO

Devido a relevância para o progresso da economia, sociedade e apoio aos atuais e futuros empreendedores, estudo e aprendizagem de empreendedorismo, tem crescido, fazendo com que as escolas busquem atender essa necessidade (AZEVEDO MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017). O que, de acordo com Machado (2005), deu força para criação da Lei 9394/96, sobre as Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), com objetivo de estabelecer processos de aprendizagem que envolvam a prática: “aprender fazendo”, contribuindo com alunos no desenvolvimento de autonomia e capacidade empreendedora.

Para Ogutu e Kihonge (2016) o desenvolvimento de um país está atrelado ao número de novas empresas que promove por estar o empreendedorismo relacionado ao crescimento da economia, criação de emprego, geração de renda, e redução da pobreza. Para Moraes, Iizuka e Pedro (2018) a universidade tem função relevante no desenvolvimento do empreendedorismo.

Quando a universidade aumenta sua participação na sociedade, o crescimento econômico acontece. No interior da universidade é criado um regime de desenvolvimento social e econômico, por meio do conhecimento, assim sendo, à medida que as universidades incrementam o empreendedorismo, o conhecimento empreendedor passa a ser desenvolvido pelos estudantes e conseqüentemente impacta a sociedade (ETZKOWITZ, 2017).

Krakauer (2017) reconhece que as incubadoras são locais que desenvolvem nas universidades o empreendedorismo, como membro do ecossistema empreendedor juntamente com os laboratórios, núcleos de empreendedorismo, ligas empreendedoras e disciplinas.

Entre as atividades recomendadas para ensino do empreendedorismo, Lima De Carvalho Rocha e Ferreira Freitas (2014), citam as incubadoras que, segundo os autores, tem como objetivos, dentre outros, motivar o desenvolvimento de habilidades de

liderança, institucionais, tomada de decisão e entender as fases por que passam as empresas, incentivar a consolidação de aproximação com financiadores, fornecedores e clientes.

Esse é o contexto do presente trabalho, ou seja, as incubadoras como espaços para se ensinar o empreendedorismo. Destaca-se que esse não é o objetivo único e primeiro de uma incubadora, mesmo as locadas em instituições de ensino, como será visto, mas a mesma foi destacada por Krakauer (2016) e Plonski e Carrer (2009) como um espaço possível para ensino e importante na formação dos alunos, fomentando o empreendedorismo na universidade e na sociedade, fortalecendo, assim, o ecossistema empreendedor.

REFERENCIAL TEÓRICO

Ensino de empreendedorismo

O empreendedorismo no Brasil cresceu de forma considerável nos últimos anos e o incentivo na universidade tem sido proporcionado por diversos atores como governo e iniciativas privadas (KRAKAUER; SANTOS; ALMEIDA, 2017; IIZUKA; MORAES, 2014; ETZKOWITZ, 2017; BUANA, 2016).

Krakauer, Santos e Almeida (2017) discorrem que os EUA são pioneiros no que se refere ao curso de empreendedorismo. Segundo os autores na *Harvard Business School*, há mais de 60 anos, foi criado o primeiro curso. De 1947 até os dias atuais houve uma evolução considerável a respeito do ensino dessa temática.

Krakauer (2016) destaca que o ensino do empreendedorismo está relacionado às habilidades empreendedoras como a criatividade e a inovação. Para o desenvolvimento dessas habilidades o ensino prático é fundamental, o que muitas vezes somente a teoria não desenvolve.

As habilidades empreendedoras estão relacionadas com diversos fatores, como abordam Iizuka e Moraes (2014) e Krakauer (2016) como as atitudes, experiências, conhecimentos e as normas sociais, que fortalecem a intenção de empreender nos alunos e fortalecem sua formação empreendedora.

O ambiente onde os alunos estão inseridos, a avaliação deste aluno e a sua percepção, são fatores que as instituições de ensino precisam analisar para definir uma forma de ensino que desenvolva uma postura empreendedora. Conforme explicam Iizuka e Moraes (2014) é necessário que o aluno execute seus planos para desenvolver o empreendedorismo, o que já é uma realidade nas universidades e a tendência é que a criação de novos negócios por alunos cresça constantemente.

Para Krakauer (2014) as instituições precisam adequar o ensino com as necessidades de cada grupo de aluno, ou seja, as universidades precisam diversificar a forma como se ensina para alcançar maior êxito, pois somente as disciplinas não são suficientes para a formação empreendedora.

Ainda de acordo com Krakauer (2014) as instituições precisam aliar três condições fundamentais para que a aprendizagem aconteça: o material, o conhecimento prévio e o interesse dos alunos. Percebe-se que, atualmente, nas universidades falta o interesse dos alunos devido a forma como a aprendizagem prática é proporcionada.

Os programas de educação com foco no empreendedorismo, para se tornarem atrativos, precisam alcançar as necessidades dos alunos. Essas necessidades só são atendidas quando desenvolvido o ensino do empreendedorismo por meio da atividade prática aliada a teoria (NECK; GREENE, 2011; KRAKAUER, 2016; KRAKAUER; SERRA; ALMEIDA, 2017).

Krakauer (2016) coloca que nas universidades brasileiras infelizmente ocorre um desinteresse por parte dos alunos, quando se trata do ensino do empreendedorismo. Isso se justifica em virtude do modelo que tem sido adotado atualmente.

Este modelo, conforme relata a autora, precisa ser revisto, ou seja, os educadores precisam desenvolver métodos que utilizam estratégias que incentivam a criatividade dos alunos. Para que essas estratégias alcancem o resultado esperado, se faz necessário a aplicação e a atuação (NECK; GREENE, 2011).

Segundo Krakauer, Santos e Almeida (2017) essa atuação refere-se à experiência no processo de ensino. Neste processo os alunos têm iniciativa e por meio da experiência se sentem parte do processo, sendo os responsáveis pelo próprio aprendizado.

Neck e Greene (2011) afirmam que a atividade prática é fundamental para que os alunos tenham a oportunidade de desenvolver habilidades, por meio da prática reflexiva. Dentre as atividades destacam-se simulações, jogos, iniciar negócios entre outros.

Para os autores Iizuka e Moraes (2014) e Krakauer, Santos e Almeida (2017) esse processo de integração entre os alunos e o ambiente refere-se as atividades que são realizadas além da sala de aula, isto é, locais próprios para o ensino do empreendedorismo.

As instituições precisam traçar estratégias de ensino que visam adaptar a interatividade e as expectativas dos alunos. O que de fato precisam aprender para a construção do conhecimento conforme necessário e a realidade do mundo corporativo. Essa construção irá oferecer para o aluno uma estrutura cognitiva essencial que possibilita a reflexão da teoria com a prática (KRAKAUER; SANTOS e ALMEIDA, 2017).

A forma de transmissão de conhecimentos dentro das instituições de ensino deve atender diversos modos de aprendizado, aproveitando as oportunidades, a natureza do processo empreendedor e as conexões que englobam o conhecimento e a cognição dos discentes na formação do saber (CORBETT, 2005; KRAKAUER, 2016).

A abordagem prática é o foco principal para que o ensino possa dar melhores e maiores resultados. Para isso se faz necessário o ensinamento diversificado, o incentivo dos professores e principalmente desafiar os alunos para fazerem a diferença (LIMA et. al. 2015).

Para Krakauer (2014) os estudantes participam mais das aulas práticas, isto é, estão mais engajados e procuram correr atrás para atender ao que foi pedido pelo professor. Assim sendo, os professores são fundamentais, estimulando os alunos na prática do ensino.

O sentimento de ser protagonista acontece quando o aluno é responsabilizado pelo seu aprendizado, porém é preciso que ocorra uma integração entre o aluno e o professor e que os professores conduzam os estudantes na construção do conhecimento (KRAKAUER, 2014) e passam a ter um papel fundamental no incentivo a espaços que favoreçam o ensino do empreendedorismo fora da sala de aula.

As incubadoras de empresas vinculadas às universidades vêm ao encontro desse protagonismo, ao proporcionar para os alunos o desenvolvimento de habilidades, praticando a teoria ensinada em sala de aula. Para os autores Mantovani, Granito, Cabral e Leite (2006) as incubadoras são locais onde os alunos colocam o sonho em prática, onde a empresa nasce, cresce e se desenvolve, por meio de uma infraestrutura adequada, com assessoria de especialistas, espaço para desenvolvimento de conhecimento, inovação e tecnologia.

Neck et al. (2004) destacam, ainda, que o capital intelectual dos alunos, aliado ao do professor, contribui para o desenvolvimento do talento empreendedor e conseqüentemente para o crescimento da empresa. Para os autores as incubadoras trazem mudanças para onde estão localizadas em um polo de desenvolvimento empreendedor,

devido outras empresas se abrigarem no mesmo espaço, favorecendo a sinergia e o crescimento mútuo.

Cooperação empresa-universidade-governo

Autores que pesquisam sobre a cooperação entre universidade, governo e empresas, como Etzkowitz (2009), Nadgrodkiewicz (2013), Chandra e Chao (2015), Ogutu e Kihonge (2016) e Etzkowitz (2017), concordam com a importância da união entre essas esferas para que o empreendedorismo se desenvolva ainda mais no país e principalmente que essas instituições possam evoluir em tecnologia, inovação e competitividade.

Segundo Chandra e Chao (2015) às universidades tem função significativa no empreendedorismo regional. Por meio dos alunos, orientados pelos professores, se concentram em criar novas invenções e conhecimento, eles servem como uma saída importante de conhecimento e inovação, que podem ser explorados por novos empreendimentos.

Para os autores Jansen et al. (2015) existem diversos exemplos de universidades que influenciaram de forma positiva as empresas nascentes nessas instituições, exemplos como: Stanford e MIT. A educação para o empreendedorismo é vista como um instrumento fundamental para os resultados das organizações, ou seja, nas universidades o desenvolvimento das habilidades ocorre de forma eficaz.

Na outra ponta estão as empresas. Para Ferro e Torkomian (1988) o desenvolvimento das empresas depende de alguns fatores como: políticas governamentais de apoio ao desenvolvimento das empresas incubadas, profissionais qualificados e desenvolvimento econômico, para que o mercado absorva o que as incubadoras oferecem.

Finalmente, as universidades exercem papel importante para a criação e o desenvolvimento das incubadoras. Como, por exemplo, a CIETEC incubadora criada em 1998 na Universidade de São Paulo (USP) visando a sinergia entre empresas, órgãos do governo e universidade (ALMEIDA, 2005).

O avanço do empreendedorismo por meio da hélice tríplice (empresa-universidade-governo), conforme frisa Etzkowitz (2017), depende de 4 pilares que são: Liderança Acadêmica, Autonomia, Transferência Tecnológica e Cultura Empreendedora.

Para os autores Chandra e Chao (2015) por meio de uma visão estratégica, liderando a relação entre os membros da hélice tríplice, as universidades podem contribuir para o crescimento e desenvolvimento das instituições envolvidas e proporcionando o avanço intelectual das pessoas e o progresso para a sociedade.

Propagando, no ambiente universitário, o empreendedorismo, a mudança na sociedade passa a ser consequência do que está sendo realizado. Os autores Etzkowitz (2009) e Nadgrodkiewicz (2013) concordam que a universidade quando se torna empreendedora passa a ser uma grande catalisadora de desenvolvimento econômico, por meio do conhecimento e do desenvolvimento empresarial. Através da universidade a capacidade organizacional prospera, progresso tecnológico acelera, liderança acadêmica é incentivada e tem-se a implementação de visão sistêmica, onde ensino, pesquisa e empreendedorismo se complementam.

Para Etzkowitz (2017) a universidade possui um potencial altíssimo como geradora de inovação e fomento ao empreendedorismo. Para o autor, se faz necessário:

- I. Capitalização – O conhecimento criado precisa ser aplicado na prática.
- II. Interdependência – A universidade se relacionar estreitamente com o Governo e a Indústria.
- III. Independência – A universidade precisa trabalhar de forma independente
- IV. Híbridização – Procurar trabalhar de forma independente, porém interagindo com o governo e as empresas.

V. Reciprocidade – A relação entre o governo, universidade e empresas precisa ocorrer de forma recíproca, onde ambos saem ganhando.

Etzkowitz (2017) complementa afirmando que a sinergia desenvolvida com a integração entre os membros da hélice tríplice de inovação e empreendedorismo é o fator chave para que o desenvolvimento social e econômico aconteça de forma consolidada para todos os participantes, onde empresas aumentam sua competitividade, o surgimento de novas empresas é benéfico ao governo e as instituições de ensino criam conhecimento de forma mais efetiva, preparando melhor os alunos.

Ecosistema empreendedor universitário

Para Isenberg (2010) o conjunto de elementos que formam o ecossistema de empreendedorismo são: Agentes de Suporte, Políticas Públicas, Aspectos Culturais, Ambiente Financeiro, Mercados Maduros e Capital Humano.

A integração desses elementos e da hélice tríplice proporciona a cultura do empreendedorismo. Ao fortalecer a cultura do empreendedorismo a região se desenvolve, o país cresce, reduz o desemprego, e o desenvolvimento econômico se fortalece (ISENBERG, 2013; ETZKOWITZ, 2017).

Para Etzkowitz (2017) o engajamento do setor privado desde o início, estimulando os demais elementos, será importante para que o governo possa criar políticas públicas que proporcionem fomento ao empreendedorismo. Isenberg (2010) acrescenta que o governo precisa repensar a burocracia para incentivar o empreendedorismo.

Isenberg (2013), Chandra e Chao (2015) e Nadrogckiewicz (2013) concordam que é necessário enfrentar transformações culturais para o progresso do empreendedorismo, crescendo de forma orgânica e estimulando o desenvolvimento de negócios de alto potencial, para que empresas de alto impacto possam motivar os demais a empreender.

Partindo do modelo desenvolvido por Isenberg (2010), Krakauer (2016) desenvolve modelo específico, destacando em sua pesquisa que a universidade possui um ecossistema próprio para o ensino de empreendedorismo que precisa ser trabalhado de forma intensa para que a cultura do empreendedorismo cresça e impacte a sociedade. Para a autora, o modelo que chamou de “Ecosistema Empreendedor Universitário” conta com vários participantes, conforme apresentado na Figura 1.

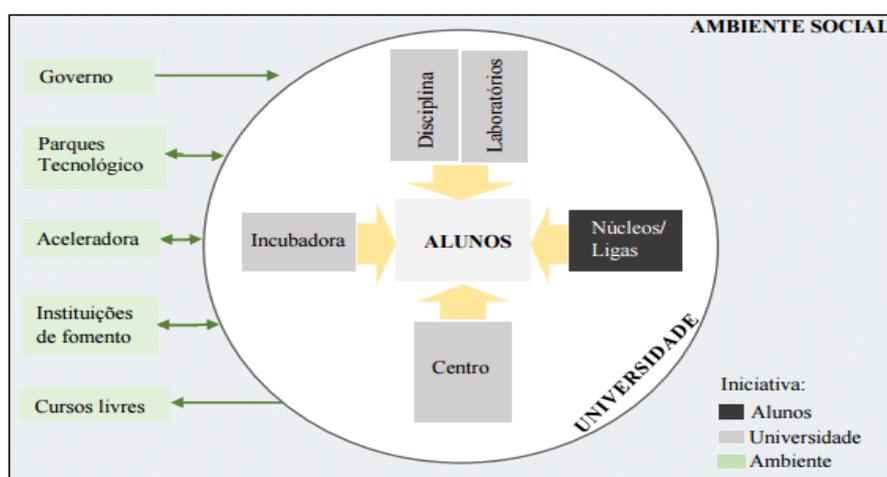


Figura 1: Ecosistema Empreendedor Universitário

Fonte: Krakauer (2016)

Na Figura 1, nota-se que as incubadoras possuem um papel de destaque no desenvolvimento do ensino do empreendedorismo na universidade, juntamente com as disciplinas, centros de empreendedorismo, ligas empreendedoras, núcleos de empreendedorismo e outros espaços que fortalecem o desenvolvimento do empreendedorismo na universidade (KRAKAUER, 2016).

Para a autora, além dos espaços na universidade, o apoio de parques tecnológicos, aceleradoras, instituições de fomento, governo e cursos livres, são agentes importantes para fortalecer o empreendedorismo universitário. Compactuando com esse conceito, Etzkowitz (2017) afirma que as organizações criadas na universidade são inovadoras e possuem potencial altíssimo de crescimento.

Segundo Krakauer, Serra e Almeida (2017) ensinar empreendedorismo não pode estar limitado somente ao que é discutido ou aprendido em sala de aula, mas sim, ao que os estudantes de fato experimentam na sua vida acadêmica.

Para Etzkowitz (2017) e Almeida (2005), as universidades quando se tornam universidades empreendedoras, se tornam motor fundamental para o progresso da sociedade ao proporcionar espaços que desenvolvem inovação, conhecimento e empreendedorismo.

Krakauer, Serra e Almeida (2017) corroborando com os autores Etzkowitz (2017) e Almeida (2005) admitem que o conhecimento é fonte rica de vantagem competitiva, as pessoas que buscam conhecimento constantemente proporcionarão maior inovação e tecnologia, fatores fundamentais no cenário atual.

Incubadoras de empresas e ensino do empreendedorismo

Segundo a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC, 2012) as incubadoras têm por finalidade abrigar as empresas, oferecendo condições físicas, suporte técnico e gerencial, rede de contatos, propiciando a transferência de conhecimento com objetivo de sucesso da empresa no mercado.

Grimaldi e Grandi (2005) afirmam que as incubadoras começaram com o propósito de aliar capital, tecnologia, habilidades inovadoras, para o desenvolvimento do empreendedorismo local. Smilor (1987) relata que as incubadoras podem servir várias organizações, sejam elas ofertantes de produtos ou de serviços.

Tendo sua origem nos Estados Unidos, nos anos 50, no do Vale do Silício, as incubadoras foram criadas a partir de acordos entre universidade e centros de pesquisa, seu crescimento ocorreu a partir dos anos 70, com a parceria entre governo, empresas e universidade (LAHORGUE, 2004).

Surgiram no Brasil nos anos 80, apoiadas pelo governo, que subsidiava estrutura física para o funcionamento. O apoio das associações industriais também foi importante para o desenvolvimento das incubadoras (ANPROTEC, 2009).

A primeira incubadora brasileira surgiu em 1985, na cidade de São Carlos, com o apoio do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). Dois anos após, em 1987, teve origem a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas – ANPROTEC iniciando a coordenação do movimento de formação de incubadoras de empresas, através da afiliação de incubadoras de empresas ou suas instituições gestoras (ANPROTEC, 2009).

Para Grimaldi e Grandi (2005) o empresário antes de resolver investir todas as fichas e tentar sucesso no mercado, opta pela incubação, desenvolvendo neste período de incubação, habilidades empreendedoras necessárias para que o empreendimento seja bem-sucedido.

A incubação é considerada como um dos mais eficazes espaços para a consolidação das micro e pequenas empresas, proporcionando maior proximidade com o mercado, governo, desenvolvimento intelectual, tecnologia e inovação para as empresas (BERGEK; NORRMAN, 2008).

Para Lahorgue (2008) o ambiente planejado das incubadoras, favorece o desenvolvimento do empreendedor e do empreendimento, reduzindo assim a mortalidade das empresas, possibilitando a geração de ambiente para o nascimento e

desenvolvimento, estimulando negócios que possam aumentar a geração de emprego e renda.

De acordo com a ANPROTEC (2009), as incubadoras fazem parte deste processo de revolução do empreendedorismo, proporcionando o desenvolvimento de novos negócios de forma inovadora e com alto índice de sobrevivência no mercado.

Após analisados os conceitos teóricos, foi elaborada a Figura 2 que traduz o discutido até o momento, resumindo as ideias dos autores pesquisados. Entende-se o ensino de empreendedorismo como prático ocorrendo em espaços diferentes na instituição de ensino, através da cooperação com os membros da hélice tríplice, contribuindo para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras, como a inovação, a criatividade, formando assim um ambiente empreendedor na universidade, favorecendo o ensino do empreendedorismo e visando o protagonismo dos alunos.

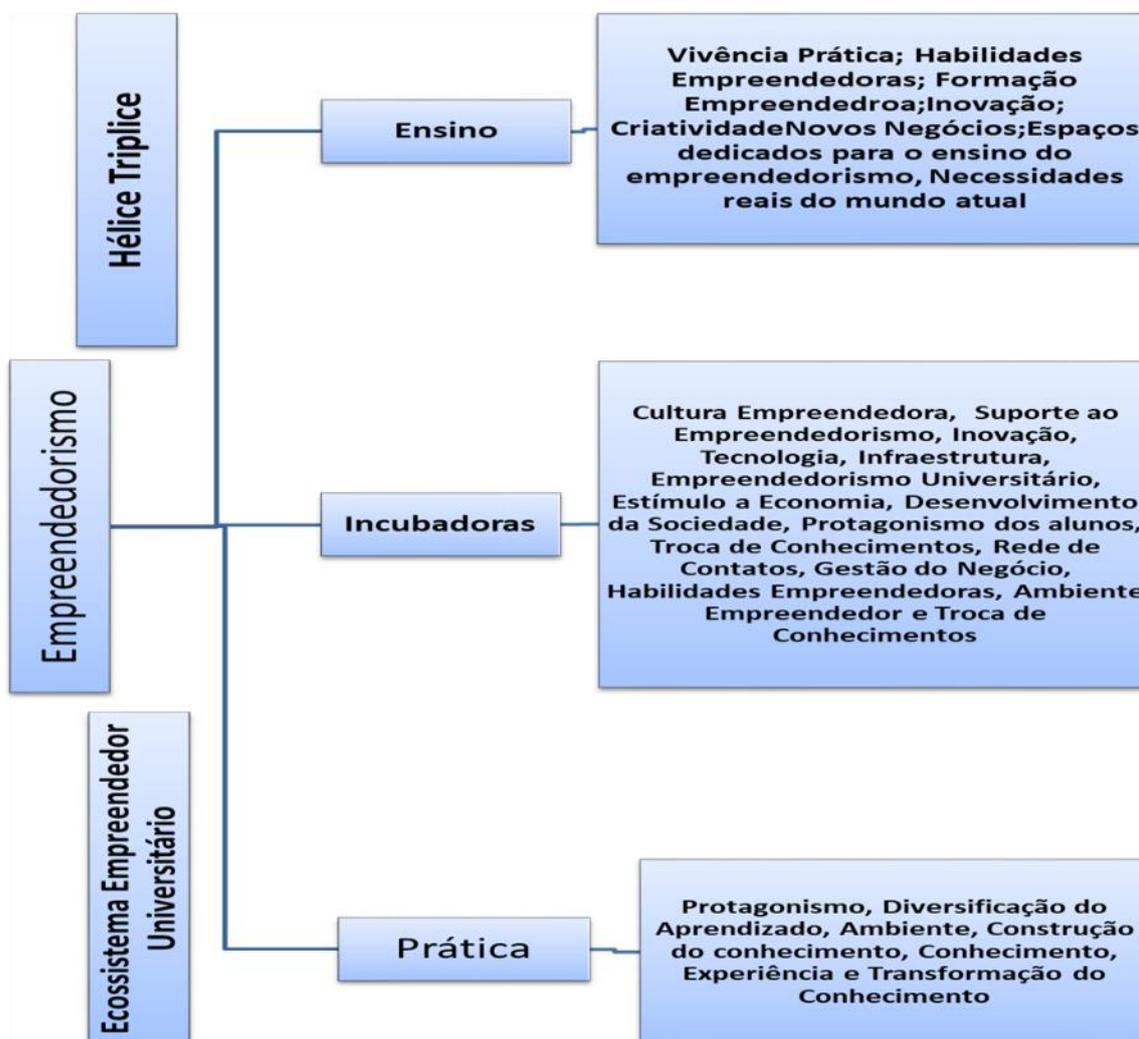


Figura 2: Resumo do processo de Ensino do Empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Caracterização geral da pesquisa

Trata-se de uma pesquisa com caráter exploratório, segundo Gil (2008) esse tipo de pesquisa tem como objetivo esclarecer e explorar temáticas em maior profundidade, condizente com a questão da atual dissertação.

A abordagem foi qualitativa, conforme proposto por Yin (2005) a pesquisa qualitativa permite a compreensão do que está sendo pesquisado em sua totalidade, embasando o que está sendo descoberto em material empírico, proporcionando, assim, uma relevância importante, por meio da reflexão do pesquisador sobre os achados.

A pesquisa foi dividida em duas fases: levantamento de dados secundários e levantamento de dados primários. O levantamento de dados secundários ocorreu no site das incubadoras e o levantamento de dados primários através de entrevistas semiestruturadas. Para Manzini (1990/1991) as entrevistas semiestruturadas têm como objetivo fazer emergir informações de forma livre, ou seja, é realizada de forma não padronizada não sugerindo alternativas para o pesquisado, mas sim, proporcionando respostas de forma livre.

Procedimentos de coleta de dados

Fase 1: Levantamento de dados secundários

O levantamento de dados secundários consiste em buscar o conhecimento, através dos dados pré-existentes, através das pesquisas realizadas. Os procedimentos para a coleta desses dados foram definidos e estruturados da seguinte forma:

- I. Seleção das Universidades: O levantamento foi realizado em todas as universidades do país que possuem incubadoras de empresas, conforme informações da ANPROTEC (2016).
- II. Levantamento de dados: a universidade que a incubadora pertence, o curso, nome da incubadora, integração da incubadora com os membros da hélice tríplice, quantidade de empresas incubadas, quantidade de empresas graduadas, projetos e ações que incentivem o empreendedorismo e se realizam eventos com outros espaços do ecossistema.
- III. Fases: O levantamento foi realizado em três fases, mapeamento, coleta de dados e análise dos dados. Este levantamento ocorreu entre agosto e outubro de 2019. O mapeamento foi realizado através do repositório do Google, a coleta de dados, nos sites das incubadoras e artigos, posteriormente realizou-se a análise dos dados.

Fase 2: Levantamento de dados primários

Com esse método, o objetivo da pesquisa foi obter as experiências dos professores que fazem parte das incubadoras de empresas, procurando compreender e se familiarizar com o tema, coletando assim, informações importantes, de relevância para que os objetivos do presente estudo fossem alcançados com maior eficácia.

Mapeamento

Nesta fase foi feito o levantamento das incubadoras de empresas no Brasil, de acordo com mapa de associados da ANPROTEC e buscas através do repositório do Google.

Em uma primeira busca foram encontradas 252 incubadoras, 21 Aceleradoras e 63 Parques Tecnológicos.

Do universo das 252 incubadoras encontradas, 104 estão ligadas as instituições de ensino, interesse do presente estudo.

Os 336 ambientes de inovação encontrados estão distribuídos, por estado, conforme Quadro 5.

Coleta de dados

Depois do mapeamento, fase 1, seguiu-se com a coleta de dados nos meses de setembro e outubro de 2019, com informações constantes nos sites das incubadoras de empresas ligadas a instituições de ensino Foram coletados dados como: nome da incubadora; universidade a que está ligada; integração com governo e empresas; quantidade de empresas incubadas e graduadas; projetos e ações que incentivem a cultura empreendedora na universidade, atuação conjunta com outros espaços do ecossistema

empreendedor e data de fundação. Foram identificadas 104 incubadoras pertencentes a universidades

Análise dos dados

Não obstante a falta ou dificuldade de encontrar informações básicas, nos sites e outras publicações, a partir dos levantamentos podemos fazer as considerações a seguir.

Das 104 incubadoras vinculadas as universidades apenas cinco não são associadas da ANPROTEC, são elas: a FÊNIX da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), a incubadora PUC goiás da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, a YPETEC da Universidade de Rio Verde, INSIGHT do Centro Estadual de Educação Técnica Vasco Coutinho e a incubadora de negócios IRATI da UNICENTRO – Universidade Estadual do Centro-oeste.

Para ajudar as incubadoras na geração de empreendimentos de sucessos as parcerias cumprem papel fundamental. Além da ANPROTEC e das próprias instituições de ensino, vários outros parceiros foram encontrados na pesquisa, especialmente o CNPQ e o SEBRAE.

O número de empresas incubadas e graduadas variou de 1 a 28, incubadas e de 1 a 70 graduadas. Destaque para as incubadoras: Incubadora de Negócios da ESPM com 16 e 61, e a Incubadora Tecnológica De Cooperativas Populares (ITCP) da URFJ com 28 e 70 empresas incubadas e graduadas respectivamente.

Empreendimento incubado é aquele em processo de incubação, isto é, recebendo ajuda de uma incubadora. Empresa graduada é a que passou pela incubação e teve apoio de uma incubadora possuindo capacidade para seguir sozinha. Pode ser associada, não ocupando mais o espaço na incubadora (ANPROTEC, 2009).

Buscou-se nos dados secundários e primários, analisar os atores, atividades e etapas que estejam envolvidos com o ensino de empreendedorismo em uma incubadora. Contudo, não foi possível diferenciar os eventos direcionados especificamente para as universidades, ou seja, para o público acadêmico. A maioria das incubadoras pesquisadas realizam eventos com finalidades diversas, muitas vezes com nomes sugestivos, relacionados ao nome da incubadora ou empresa, como por exemplo: BioBusiness Brasil; Startup Weekend; Hacking Health e Hack Ribeirão Preto, Demoday e Irati Talks. Encontramos ainda: workshops; palestras; oficinas; meetups; participações em eventos internos e externos; visitas; cursos; treinamentos; feiras; desafios; fóruns; debates; mostras; Hackathons; olimpíadas e semanas de empreendedorismo. Esses eventos são realizados em parceria com aceleradoras, Ligas/núcleos, parques tecnológicos, empresas juniores e outros espaços do ecossistema.

A falta, ou a dificuldade de encontrar informações pode estar relacionada ao motivo de que as incubadoras universitárias são relativamente jovens no Brasil,

Levantamento dos dados primários

Foram feitos 68 convites, por e-mail e/ou telefone, dos quais 13 professores responderam afirmativamente. Desses, nove homens e quatro mulheres, com titulações: 4 Doutores; 6 mestres, 1 especialista e 2 graduados, com tempo de atuação nas incubadoras variando de um ano e três meses a dez anos. Quanto as universidades a que pertencem, apenas 3 são particulares: Universidade do Vale do Taquari UNIVATES, Escola Superior de Propaganda e Marketing ESPM e Universidade de Santa Cruz do Sul UNISISC. Nove são públicas: Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná UNICENTRO; Universidade Estadual de Campinas UNICAMP; Universidade de São Paulo USP (2 respondentes); Universidade Federal de Lavras UFLA; Universidade Federal de Santa Maria UFSM; Universidade do Estado do Amazonas UEA; Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Instituto Federal do Espírito Santo e Universidade do Vale do Taquari UNIVATES. Todas as 13 associadas da ANPROTEC.

A maioria dos professores estão envolvidos com as incubadoras há menos de cinco anos, nove professores com tempo de 6 meses a 5 anos, o que evidencia a juventude desses espaços fundados a pouco tempo.

A maior parte dos professores entrevistados concorda em dizer que as incubadoras são espaços propícios para o ensino do empreendedorismo, como afirma o Professor P13: “Com certeza. A Incubadora oferece um suporte para que as ideias geradas em sala de aula se perpetuem. Sem a presença da mesma, grande parte das ideias seriam descartadas. Além de promover eventos e interações estimuladoras com a graduação”. O Professor P2 relata que estudo e trabalho podem caminhar juntos: “Sim, proximidade e facilidade de conciliar estudo e trabalho”. O Professor P4 complementa: “Sim. Podem verificar em loco o que é empreender”. Bem como o Professor P8 que afirma “Sim. Pelo exemplo e proximidade com o ecossistema”. Entretanto, apenas o Professor P11 discorda: “Não. Os jovens que já estão estimulados em empreender buscam a incubadora para orientação”.

Com isso, as incubadoras de empresas nas universidades podem trazer benefícios, como relatado pelos entrevistados. Por exemplo, o Professor P5 afirma que: “Temos alunos que se capacitaram em empreendedorismo e que hoje estão envolvidos com inovação e empreendedorismo. Outros alunos estão incubando empresas em parceria com professores e empreendedores, é uma experiência muito válida”. O Professor P7 relata: “Os alunos quando se tornam empresários incubados colaboram para realimentar o ecossistema de empreendedorismo”. Também o Professor P11 disse que “Os alunos saem capacitados para estruturar uma ideia de negócio”.

Nas três etapas, pré-incubação, incubação e graduação, são encontradas atividades voltadas ao ensino de empreendedorismo.

Na fase de pré-incubação em que se busca prosseguir com ideias empreendedoras que surgem entre estudantes, procurando transformá-las em negócios de sucesso, várias foram as atividades citadas. O Professor P4 disse: “A entrega de uma proposta de valor consistente a esses alunos, de desburocratizar processos, de disseminação de metodologias modernas quanto ao ensino empreendedor”. O Professor P6 afirma: “A pré-incubação é a atividade que mais aproxima os alunos e a maior dificuldade é que eles compreendam que não é apenas uma boa ideia e um canvas que vão trazer sucesso ao negócio”. O Professor P8 complementa: “Colaboram por que na fase da pré-Incubação o aluno irá pensar seu modelo de negócio por meio de processos de modelagem”. O Professor P2 alega que “A pré-incubação tem as mesmas atividades e acompanhamento da incubação, porém de uma forma mais inicial, no sentido de estruturação do negócio e desenvolvimento da base tecnologia”.

Embora estejam de acordo com a importância das atividades voltadas ao ensino de empreendedorismo na pré-incubação, alguns professores indicaram dificuldades. Como por exemplo o Professor P13: “Voltado ao ensino, as atividades da incubadora são muito mais tangíveis na pré-incubação. A maior dificuldade é atingir cursos ou áreas que, por tradição, não trabalham conceito de empreendedorismo, como cursos da área da saúde”. Já o Professor P11 enfatiza: “A grande dificuldade de lidar com alunos é a inexperiência destes, os aplicantes conhecem muito pouco do mercado onde desejam atuar e isso não pode ser ensinado em sala de aula”.

Assim como a pré-incubação, a fase de incubação também colabora com atividades para o ensino do empreendedorismo. Nesta fase, seguinte a pré-incubação, os empreendimentos iniciantes recebem apoio e condições favoráveis para o desenvolvimento. Para o Professor P9 a principal colaboração é na modelagem de negócios: “Capacitação em modelo de negócio, prototipação e validação. As dificuldades estão na quebra de expectativa dos empreendedores, dificuldade tributária e de formalização do negócio”. De acordo com o Professor P12 os principais benefícios são:

“Projetos nos cursos, disciplinas voltadas para a mentalidade e gestão empreendedora”. Já o Professor P2 afirma que: “Incubação é aplicação prática do plano de negócio. Desenvolve atividades de fortalecimento pessoal como empreendedor, vivência as dificuldades de qualquer empreendedor”. Mas também são encontradas algumas dificuldades, como relata o Professor P8: “A maior dificuldade é que os empresários confiem nos alunos”. Assim como o Professor P13 complementa: “A maior dificuldade é quanto ao tempo de dedicação dos empresários, sendo que em grande parte estes mantêm uma atividade profissional paralela, o que impede dedicação total ao projeto”. O Professor P1 relata que: “As dificuldades na incubação são de persistência para dar continuidade ao negócio”.

Finalmente, na etapa de graduação, onde as empresas depois de desenvolvidas e fortalecidas, por um período, são inseridas no mercado. Essas empresas, podem manter ou não algum vínculo com a incubadora, manter ou não contato, conforme relata o entrevistado Professor P1 “As empresas que permanecem vinculadas ainda temos um contato próximo, porém aquelas que saem do nosso ambiente acabam se distanciando”. Entretanto, o Professor P2 afirma que: “Empreendedores que permanecem no mercado podem dar palestras na universidade”. E complementa o Professor P7: “Nessa fase a empresa já está consolidada e conseguem realizar mentorias, participam de bancas de novos incubados, e atuam no crescimento do ecossistema de empreendedorismo”. Com o que concorda o Professor P1: “Neste momento a maior contribuição é a relação das graduadas com o ensino, sendo que participam das apresentações e auxiliam demonstrando seus cases para estimular os alunos”.

Como nas outras etapas nessa fase também foram encontradas dificuldades. O entrevistado Professor P8 disse que: “A dificuldade é integrar o aluno nas atividades de empresas nesse estágio”. O Professor P3 concorda afirmando: “A grande dificuldade é com empresas que saem, pois, o contato fica muito distante e raramente conseguimos informações detalhadas sobre o desempenho delas”.

Discussão dos resultados

A partir dos dados primários e secundários levantados, discute-se os achados procurando estabelecer relação com a teoria apresentada e entender como o ensino de empreendedorismo pode ser feito nas incubadoras.

A quantidade de projetos realizados por ano varia de 10 a 30 sendo a maioria de responsabilidade de alunos, ou seja, de 8 a 24, como responderam 8 dos 13 entrevistados. De acordo com Araújo Filho (2005), os processos de incubação devem ser uma extensão da teoria, isto é, ter como principal objetivo o de aliar teoria e prática. Ainda, Caçado *et al.* (2011) concordam que nas incubadoras universitárias a multidisciplinaridade das áreas do conhecimento favorece a participação dos alunos de todos os cursos na prática da teoria recebida em sala de aula favorecendo, também, as empresas incubadas. De acordo com o mesmo autor os alunos participantes das incubadoras, conseguem entender melhor e principalmente resolver os problemas quando surgem.

Embora 9 dos 13 entrevistados tenham respondido positivamente à pergunta: “Você acredita que a existência de incubadora na universidade é um dos diferenciais para atração e manutenção de alunos? Por quê?”. Não se encontrou na literatura pesquisas que relatassem especificamente esse resultado. Não obstante, autores como Berni *et al.* (2015) afirmam que os alunos têm o benefício do aprendizado prático nas incubadoras. Atividades fora da sala de aula podem estimular o aprendizado, a partir da curiosidade dos estudantes (MORAES; ANDRADE, 2010). Para Krasilchik (2004), atividades fora da sala de aula contribuem para aplicação dos conhecimentos e aprendizado. A incubadora universitária contribui para o desenvolvimento de novas empresas com participação de alunos e ex-alunos (BARBOSA *et al.*, 2017). Ainda que a intenção não

seja empreender, permanece o benefício do conhecimento e desenvolvimento de habilidades empreendedoras (LIMA *et al.*, 2015b). Para Kirby (2004) as incubadoras são espaços de aprendizagem onde o conhecimento obtido em sala de aula e prática se completam, quando são usadas situações reais que ajudam na concretização do conhecimento. Krakauer (2016) considerou ser a incubadora, que faz parte da universidade, componente do ecossistema de ensino do empreendedorismo.

O Quadro 1 a seguir resume as justificativas dos professores que concordam que a existência de incubadoras pode atrair alunos para a universidade.

Quadro 1: Por que as incubadoras atraem alunos para a universidade?

Professor	Justificativa dos Professores que concordam
P2	“Estar no ecossistema da Universidade gera grande benefícios quanto a network, desenvolvimento da mesquita e mentoria do negócio”.
P3	“Pois por meio dos projetos/empreendimentos os alunos podem colocar no mercado as tecnologias desenvolvidas na Universidade”.
P4	“Possibilidade de empreender”.
P6	“Os alunos buscam apoio complementar à sua formação acadêmica”.
P7	“Pois a tendência é fortalecer-se o empreendedorismo e os empregos tradicionais diminuir”.
P8	“Pois seria um local para praticar a teoria em pequenos negócios, atuando como consultores juniores”.
P9	“Porque o aluno já entra na universidade com esse anseio de empreender”
P10	“Porque gera outra possibilidade de inserção no mundo do trabalho com desenvolvimento e aplicação de inovação”.
P12	“Desenvolve a mentalidade empreendedora e o desenvolvimento de negócios”.

Fonte: Elaborado pelo autor

Quatro dos 13 professores acreditam que a incubadoras não são espaços que atraem alunos para a universidade. O professor P1 justificou sua resposta assim: “Não. É uma atividade complementar para estimular a inovação e o empreendedorismo”. O professor P5 foi enfático ao dizer que: “Manutenção dos alunos aonde? Se for na universidade, acho que não, a decisão deles não é por isso”. O professor P11 afirmou: “Não. Alunos não escolhem ou ficam na universidade por causa de incubadora. Ainda mais uma tão pequena”. E finalmente o professor P13, informou que a incubadora ajuda a trazer alunos para a universidade, mas que esses buscam inicialmente a incubadora: “No momento da atração de alunos a incubadora ainda é pouco influente, porém parte dos incubados que não são alunos passam a ser alunos da instituição. Creio que no momento do ingresso ainda há pouca preocupação com empreendedorismo”.

Conforme destaca o Professor P12: “As incubadoras são espaços importantes para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras”. Os autores Grimaldi e Grandi (2005) destacam que as incubadoras surgiram com o propósito de aliar capital, tecnologia e habilidades inovadoras, para o desenvolvimento do empreendedorismo local. Conforme relata o Professor P10: “As incubadoras desenvolvem a aplicação da inovação”. Nesta mesma linha, Santos e Hansen (2016) afirmam que as incubadoras se tornaram um espaço de mudanças culturais, por buscarem trazer a inovação para o mercado, onde as universidades, governo e empresas sejam aliados em prol do desenvolvimento do empreendedorismo, e o público e o privado possam cooperar em prol do mesmo objetivo.

Para o Professor P2: “As incubadoras proporcionam o desenvolvimento de *network* para os alunos, por estar no ecossistema da universidade”. Krakauer (2016) reconhece que as incubadoras são espaços que desenvolvem o empreendedorismo na

universidade, fazendo parte do ecossistema empreendedor juntamente com os laboratórios, núcleos de empreendedorismo, ligas empreendedoras e disciplinas.

Após analisados os dados coletados nos sites das incubadoras universitárias, as respostas das entrevistas e definições de autores em trabalhos publicados, construiu-se o *framework* de ensino do empreendedorismo, onde pode-se verificar a importância desse ambiente em que a teoria pode ser praticada, mudando o papel do aluno de mero espectador para participante ativo. A Figura 2 sintetiza os resultados obtidos pela pesquisa:

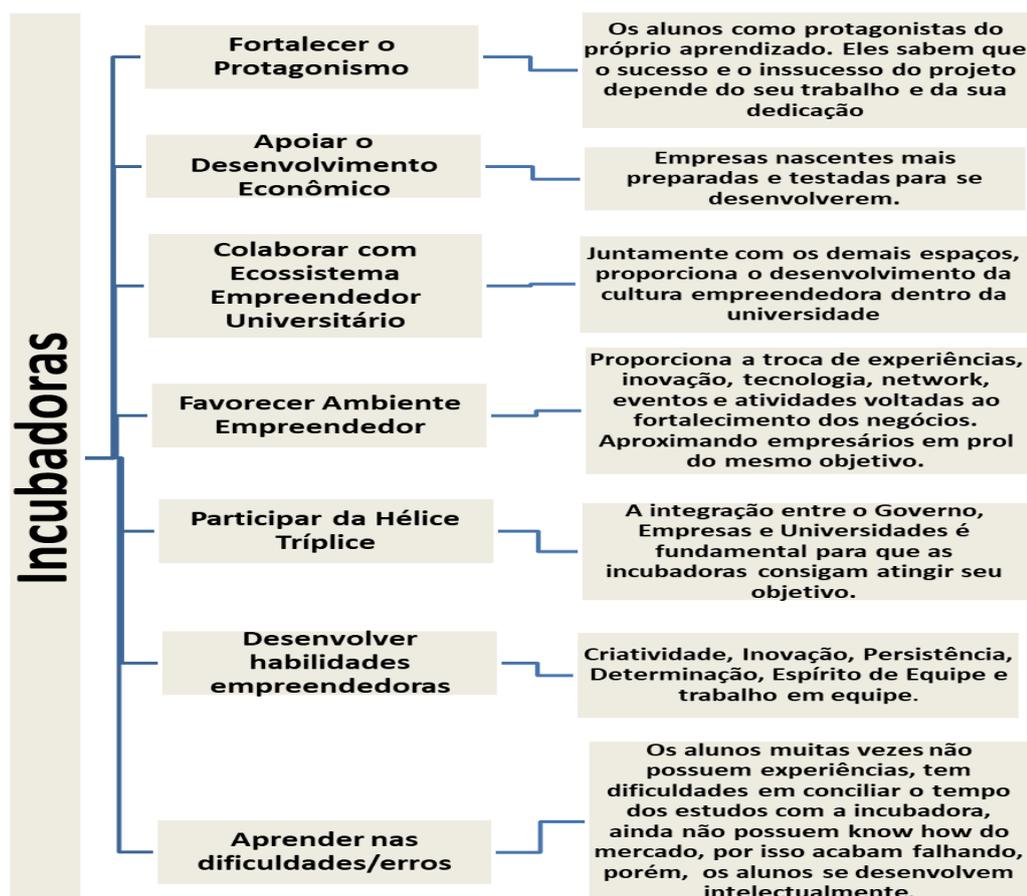


Figura 2. Framework de Ensino do Empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como ambiente para o ensino do empreendedorismo as incubadoras ainda têm seu potencial pouco explorado, mesmo quando se fala na atração de alunos. Poucos professores utilizam as incubadoras como recursos didáticos, como aulas práticas, fazendo com que o aluno vivencie as dificuldades de se empreender (LAVIERI, 2010).

Destaca-se também não ser essa a finalidade principal da incubadora que possui outros objetivos em sua descrição, como pode ser percebido ao se analisar os dados secundários. Contudo, dada a importância que o empreendedorismo tem para o país e por fazer parte da hélice tríplice a relação entre universidades e empresas, acredita-se que o fomento a ações empreendedoras entre alunos pelas incubadoras poderá crescer nos próximos anos.

Existe espaço para novas incubadoras em universidades. De acordo com dados do Censo da Educação Superior, realizado em 2016 (MEC/INEP, 2017), existem no Brasil

2.407 IES, localizou-se, nesta pesquisa, 104 incubadoras vinculadas a universidades. Portanto, pouco mais de 4% das universidades contam com incubadoras de empresas vinculadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar retoma-se a questão de pesquisa a fim de respondê-la: Como a incubadora de empresas em universidades pode promover o ensino de empreendedorismo? Percebeu-se, a partir das investigações, que as incubadoras favorecem o desenvolvimento do empreendedorismo nas universidades, tendo em vista que os alunos têm a oportunidade de praticar, ou seja, aprender praticando, acertando ou errando, porém, sempre visando atingir seus objetivos. Os alunos precisam desenvolver a criatividade, iniciativa, inovação, determinação, persistência, entre outras habilidades empreendedoras, que são fundamentais para o ensino do empreendedorismo.

Diante do objetivo geral de entender como o ensino de empreendedorismo pode ser promovido pelas incubadoras em universidades, por meio da coleta dos dados primários e secundários, pode-se concluir que são utilizados vários métodos e atividades com essa finalidade:

- I. Elaboração de projetos, dentro das incubadoras. A maior parte dos projetos realizados são de autoria de alunos.
- II. A realização e participação em eventos como: Hackathons; Desafios; cursos; palestras, semanas acadêmicas e visitas/oficinas. Que, além de divulgar as incubadoras motivam os estudantes;
- III. A disseminação da cultura empreendedora pela troca de experiências entre alunos, professores e empreendedores das empresas incubadas, estimulando a criatividade, a inovação e o empreendedorismo.
- IV. Aproximação do estudante com o empresário e o contato com o processo de intermediação que transforma a pesquisa em produto.

Como limitações do estudo cita-se a abrangência da amostra, principalmente por ter somente treze professores aceito o convite. Ocorreram, também, dificuldades de localização de informações nas diversas publicações e especialmente nos sites das incubadoras. Os dados secundários podem conter distorções pois o número total de incubadoras universitárias pode estar incorreto pela dinâmica do mercado em que algumas são abertas e outras são fechadas; algumas incubadoras não possuem endereços na internet, a base de dados consultada foi preferencialmente a de associadas da ANPROTEC, portanto limitada, não foram encontradas outras fontes confiáveis de informação.

Embora o instrumento de pesquisa tenha se mostrado eficiente nos testes, os dados primários, coletados através das entrevistas, podem conter desvios por falta de entendimento pelo pesquisado. Um dos entrevistados alegou não ter entendido uma das perguntas. Alguns professores tinham pouco tempo disponível e outros com pouca experiência. O número de respondentes ficou abaixo da expectativa do pesquisador que inicialmente enviou 68 convites dos quais apenas 13 obtiveram resposta afirmativa.

Para estudos futuros sugere-se a ampliação da base de dados, a verificação minuciosa da quantidade de incubadoras de empresas em universidades e a inserção na pesquisa de alunos que participam ativamente nas incubadoras, já que são também os interessados. Sugere-se, ainda, a diferenciação entre incubadoras de empresas em universidades públicas e privadas pois pode haver, nas incubadoras em universidades públicas, dificuldades como: entraves burocráticos, processo decisório demorado e falta de recursos, dentre outras.

A partir das pesquisas realizadas em sites em outras publicações e das experiências compartilhadas por professores atuantes em incubadoras de empresas universitárias, o presente estudo contribui para uma reflexão de como utilizar esses espaços, ainda pouco explorados, como apoio didático para o ensino do empreendedorismo.

Pode contribuir, também, para com as universidades que ainda não contam com esse espaço, pois demonstra a importância de alinhamento entre teoria e prática no processo ensino/aprendizagem e a importância das incubadoras nesse sistema.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO MACHADO, A. C.; LENZI, F. C.; MANTHEY, N. B. O Ensino Do Empreendedorismo Em Cursos De Graduação: Panorama Das Práticas Dos Cursos De Ciências Sociais Aplicadas. *Revista Alcance*, [s. l.], v. 24, n. 4, p. 574–590, 2017. <[Http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=130413636&lang=pt-br&site=ehost-live](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=130413636&lang=pt-br&site=ehost-live)>. Acesso em: 13 maio. 2019.

ANPROTEC. Ambientes de inovação. 2016. [Brasília]: [20-]. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br>>. Acesso em: 04 abr. 2018.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*, ed. rev. Atual. Lisboa: Editora Edições, v. 70, 2009.

BUANA, Yud. Mapping The Phenomenon Of Students' Entrepreneurial Intention. *Binus Business Review*, v. 7, n. 2, p. 117-123, 2016.

CHANDRA, A.; CHAO, C.A. Country context and university affiliation: A comparative study of business incubation in United States and Brazil. *Journal of Technology Management and Innovation*, 11(2), 33–45, 2015

CORBETT, A. C. Experiential learning within the process of opportunity identification and exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, p.473-491, julho de 2005.

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

FERRO, J. R.; TORKOMIAN, A. L. V. A Criação de Pequenas Empresas de Alta Tecnologia. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 28, n. 2, abr-jun, 1988.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HASHIMOTO, M.; CARDOSO, A. M.; KRAKAUER, P. V. C. Inovações nas Técnicas Pedagógicas para a formação de empreendedores. *REVISTA PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO EM ADMINISTRAÇÃO (UFF)*, v. 12, p. 17-38, 2018

IIZUKA, Edson Sadao; DE MORAES, Gustavo H. Salati Marcondes. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. *Administração: ensino e pesquisa*, v. 15, n. 3, p. 593-630, 2014.

JANSEN, S., Van de Zande, T., Brinkkemper, S., Stam, E., Varma, V. How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: Observations from MIT, IIT, and Utrecht University. *International Journal of Management Education*, 2015, 13(2): 170–181

ISENBERG, D. J. How to start a business revolution. *HARVARD BUSINESS REVIEW*, v. 88, n. 6, jun. 2010.

KRAKAUER, P.V.C.; SERRA, F.A.R.; ALMEIDA, M.I.R. Using experiential learning to teach entrepreneurship: a study with Brazilian undergraduate students. *International Journal of Educational Management*, 2017.

LIMA DE CARVALHO ROCHA, E.; FERREIRA FREITAS, A. A. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, [s. l.], v. 18, n. 4, p. 465–486, 2014. <[Http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=96978253&lang=pt-br&site=ehost-live](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=96978253&lang=pt-br&site=ehost-live)>. Acesso em: 13 maio. 2019.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, art. 1, pp. 419-439, Jul./Ago. 2015b

MACHADO, M. R. L. Educação do empreendedorismo: um estudo em instituição de ensino superior. 162 fls. (Mestrado em Ciências em Engenharia de Produção). Universidade do Rio Grande do Norte. Natal: 2005.

MORAES, G. H. S. M.; IIZUKA, E. S.; PEDRO, M. Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 2, p. 226-248, 2018.

NECK, H. M., GREENE, P. G. Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49 (1): 55–70, 2011.

NADGRODKIEWICZ, Anna. Building entrepreneurship ecosystems. *Economic Reform Features Services*, 2013.

OGUTU, V.; KIHONGE, E. Impact of business incubators on economic growth and entrepreneurship development. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, v. 5, n. 5, p. 231-241, 2016.

PLONSKI, GA.; CARRER, C. C. A Inovação Tecnológica e a Educação para o Empreendedorismo. Em *USP 2034: Planejando o Futuro - Organizadores: Suely Vilela, Franco Maria Lajolo*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, p 107-135.2009.

SANTOS, Jane Lucia Silva; HANSEN, Peter Bent. Estratégias em parques tecnológicos: Uma análise da produção científica na base Web of Science. *International Journal of Knowledge Engineering and Management (IJKEM)*, v. 5, n. 12, p. 29-48, 2016.

YIN, R. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (3a ed.). Porto Alegre: Bookman.