Cad. Prospec., Salvador, v. 10, n. 3 p.426-437, jul./set. 2017 D.O.I.: http://dx.doi.org/10.9771/cp.v10i3.23102

INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO: O CASO DA FEIRA DE NEGÓCIOS E INOVAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UNB

Alessandro Aveni*[1], Andrei Simão de Mello[2], Daliane Firmino de Medeiros[3]

[1, 2, 3] Universidade de Brasília, DF, Brasil

Rec.: 15/07/2017 Ace.: 05/09/2017

RESUMO

Eventos de inovação fazem parte das atividades necessárias para desenvolver educação de empreendedorismo. O CDT da UnB tem um histórico de muitas propostas de inovação e desde 2011 está ativo também na atividade de eventos de inovação no DF. Nascido como apresentação de trabalhos dos alunos da disciplina Introdução a atividade empreendedora o evento se transformou em feira de negócios nos últimos anos atraindo mais d 2.000 pessoas por evento. A pesquisa mostra esta trajetória e discute o caso mostrando elementos críticos, de discussão e de sugestões por que possa crescer mais. A feira de negócios do CDT é uma atividade que hoje é considerada uma tradição e que certamente contribuiu para o desenvolvimento da atividade empreendedora na UNB e no DF. Toda discussão e alternativas para que seja melhor devem ser avaliadas por que fica no patrimônio de todos os professores e alunos da UnB.

Palavras chave: Inovação. Eventos. Formação empreendedora.

TÍTULO EM INGLÊS

ABSTRACT

Innovation events are part of the activities required to develop entrepreneurship education. The CDT - UnB has a history of many innovation proposals and since 2011 is also active in the activity of innovation events in the DF. Born as presentation of students' work the event became a business fair in recent years attracting more than 2,000 people per event. The research shows this trajectory and discusses the case showing critical elements, discussion and suggestions Because it can grow more. The CDT business fair is an activity that today is considered a tradition and certainly contributed to the development of the entrepreneurial activity in UNB and DF. All discussion and alternatives to be better must be evaluated because it is in the equity of all professors and students of UnB.

Key words:Innovation. Events. Entrepreneurship training.

* Autor para correspondência: alessandro@unb.br

INTRODUÇÃO

No atual cenário competitivo a interligação dos agentes no processo de inovação gera amplo impacto econômico. Dessa maneira em particular a academia tem um papel fundamental, pois tem uma grande capacidade para o desenvolvimento de inovações, incentivando assim o crescimento econômico.

A universidade se torna o *locus* preferencial de pesquisa e também de atividades práticas ligadas as necessidades sociais e de mercado. Estas últimas são atuadas por meio da articulação entre decanatos, centros tecnológicos, laboratórios e atividades práticas dos docentes e discentes em projetos de inovação e empreendedorismo.

Como é a atuação da Universidade de Brasília em relação aos eventos de inovação e empreendedorismo como ela atua e atuou? Esta pergunta orienta a atual pesquisa acadêmica buscando entender o que foi feito e quais impactos tiveram na UnB e na sociedade. O objetivo desse artigo é assim mostrar os eventos de inovação e empreendedorismo desenvolvidos no Centro de apoio ao Desenvolvimento Tecnológico – CDT/UnB e avaliar as lições que podem ser apreendidas nesse caso.

Justifica-se esta pesquisa por uma falta de estudos sobre eventos e seus impactos no ecossistema empreendedor no Brasil. A importância é reconhecida no exterior e no Brasil, mas carecem estudos globais no Brasil em relação ao sistema de eventos e os impactos na sociedade. O estudo quer preencher uma parte dessa lacuna.

O trabalho se divide em três partes. Uma primeira traz a discussão acadêmica sobre ensino do empreendedorismo e inovação e o uso de eventos e feira como elementos que complementa esta prática. Uma segunda seção mostra os dados da pesquisa que têm como base os relatórios da Feira de Negócios e Inovação oriundos da Escola de Empreendedores – Empreend, do CDT. A seção final traz as conclusões e lições aprendidas com trabalho.

METODOLOGIA

De acordo com Lakatos & Marconi (2001) existem, basicamente, três tipos de pesquisa: pesquisa exploratória, descritiva e experimental que também pode ser denominada de causal. O caso da atual pesquisa é experimental. Segundo Gil (1999), a pesquisa explicativa tem como objetivo básico a identificação dos fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de um fenômeno enquanto de acordo com Lakatos & Marconi (2004) visa estabelecer relações de causa-efeito.

O caso da atual pesquisa experimental é um estudo de caso. As principais fontes documentais foram os relatórios expedidos pela Escola de Empreendedores – Empreend/CDT, responsável pelo evento. A participação dos autores as feiras em particular da parti dos evento de 2013 em frente (seis eventos em oito), as próprias anotações, atividades e conhecimentos do evento.

Os passos de pesquisa foram: 1) a procura dos dados diretamente no CDT e utilizar quanto produzido no sitio da Universidade e do CDT; 2) organização das informações e tabulação para responder a pergunta da pesquisa e alcançar os objetivos definidos na introdução 3) a discussão das práticas do evento e sua relação com a sociedade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

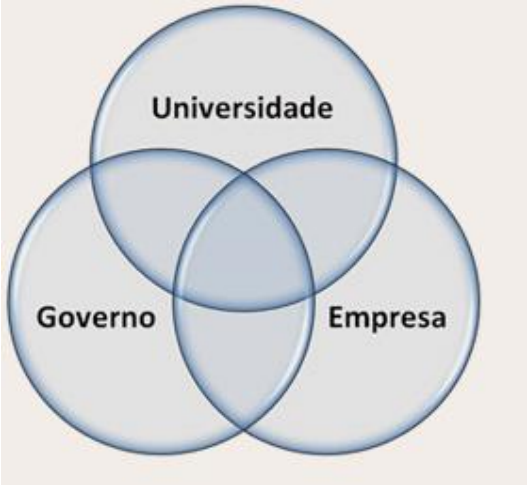
Com a reorganização do Ministério da Ciência Tecnologia Inovação e Comunicação -MCTIC e a nova Lei da Inovação de Lei nº 13.243, de 11 de Janeiro de 2016 que modificou a Lei nº 10.973, de

2 de Dezembro de 2004. o Brasil demonstrou que procura seguir a tendência mundial de ligar inovação a sociedade por meio de laços mais estritos da chamada triple hélice.

Este modelo foi desenvolvido por Henry Etzkovitz nos anos 90, e tinha o intuito de descrever a relação entre as instituições Governo-Academia-Industria impulsiona a inovação (ETZKOWITZ, 1994).

> Trata-se de um modelo espiral de inovação que leva em consideração as múltiplas relações recíprocas em diferentes estágios do processo de geração e disseminação do conhecimento. Cada Hélice é uma esfera institucional independente, mas trabalha em cooperação e interdependência com as demais esferas, através de fluxos de conhecimento (STAL; FUJINO, 2005).

Figura 1 – Hélice Tripla.



Fonte: http://www.triple-helix.uff.br/sobre.html.

Segundo Marion e Sonaglio (2007), as alterações ocorridas no ambiente competitivo, a partir da abertura dos mercados e da ampliação do comércio mundial na década de 1980, vêm gerando crescente interesse pela realização de estudos sobre inovações tecnológicas nos diferentes setores industriais. Dessa forma, Costa e Cunha (2001) colocam que a universidade precisa a aprender a forma correta de interagir com o setor produtivo e este, por sua vez, como solicitar e apoiar a universidade no desenvolvimento de pesquisas e de uma mentalidade empreendedora.

> Essa ampliação dos processos de cooperação e interdependência estaria denotando uma maior eficiência da relação Governo-Universidade-Empresa, fruto do estabelecimento daquele novo contrato social entre a universidade e seu entorno que estaria levando a universidade a incorporar as funções de desenvolvimento econômico as suas já clássicas atividades de ensino e pesquisa. (GOMES E PEREIRA, 2015, p.136).

Moreno, Paci e Usai (2005), definem o que empreendedorismo gera inovação, e a inovação é um processo de retroalimentação, já que inovação gera inovação. Por sua vez, Schumpeter (1983), interligou o empreendedor ao desenvolvimento econômico e demonstrou a forma como as ações

inovadoras podem induzir rompimentos cíclicos na economia. Ainda segundo o autor, os três papéis centrais do empreendedor se distribuem em três bases: a inovação, o assumir riscos e a permanente exposição da economia à possibilidade de desequilíbrio.

Pode-se ensinar empreendedorismo? Segundo Filion (2003) a resposta é afirmativa, porque o empreendedorismo e as suas práticas podem ser aprendidos em qualquer idade. Faz-se necessário que os sistemas educacionais instaurem uma nova perspectiva porque parecem dissonantes das condições atuais do mercado. Tornam-se necessárias medidas que propiciem um maior desenvolvimento do potencial empreendedor. A sugestão é uma ação para aproximar o mundo da educação do mercado e do mundo do trabalho (FILION, 2004).

Dessa forma, destaca-se a importância da extensão. Segundo Portes et al (2011) ela é o processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre a universidade e a sociedade. Os conhecimentos construídos nas universidades são socializados com as comunidades, no sentido de suprir necessidades, distribuir conhecimentos, atender demandas de recursos, em função dos problemas gerados pela necessidade de capital.

Segundo Rodrigues et al (2013) a extensão surgiu na Inglaterra do século XIX, com a intenção de direcionar novos caminhos para a sociedade e promover a educação continuada. Nos dias atuais, surge como instrumento a ser utilizado pela Universidade para a efetivação do seu compromisso social. A construção do conceito de extensão tem como base aproximar a Universidade e a comunidade proporcionando benefícios à ambas as partes.

Em vista dos argumentos apresentados, acredita-se que as atividades de extensão vem de encontro com o pensamento de Filion (2003) quando alega que o ensino do empreendedorismo faz parte de um complexo conjunto de fatores, sendo um dos principais a articulação dele com um conjunto de atividades que são ligadas ao conhecimento e relação com o território, com habilidades e capacitações, com trabalhos e oficinas, e também fomentando as relações com eventos e feiras, possibilitando assim o contato entre academia, empreendedor, governos e instituições, incentivando assim o viés prático.

É preciso estabelecer sistemas de troca conhecimentos entre empreendedores, governo e academia e promover um encontro focado em empreendedorismo e inovação, agrupando diversos níveis de ensino. Filion (2003) roga prioritariamente para a formação de redes e a coordenação. O autor apoia a vertente de estudos que alerta que os empreendedores vivem em um ecossistema e que há um elemento social e histórico no crescimento de empreendedores (AVENI 2014), pois os empreendedores são atores econômicos derivados de um processo que é síntese social e local.

Assim, a Feira de Negócios e Inovação 2016 surge o objetivo de disseminação de competências inovadoras e empreendedoras, e possibilitando a formação de uma rede de inovação para formar profissionais. Em relação às competências que a Feira pretende disseminar são as definidas por Dornelas (2008) em três áreas: técnicas, gerenciais e características pessoais. As habilidades técnicas envolvem saber escrever, saber ouvir as pessoas e captar informações, ser um bom orador, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe e possuir um know-how (conhecimento) técnico na sua área de atuação. As habilidades gerenciais incluem as áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa: marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa e ser um bom negociador. Algumas características pessoais já foram abordadas anteriormente e incluem: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário.

A feira de inovação e negócio na UnB

Uma das primeiras atividades das universidades foi o desenvolvimento dos Núcleos de Inovação Tecnologia - INT cuja missão é gerar e transformar os conhecimentos desenvolvidos dentro da universidade em produtos, processos, serviços e protótipos com validade mercadológica.

Dentro desta rede de núcleos destaca-se o Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico – CDT, da Universidade de Brasília. Este NIT atua diretamente nos três eixos do tripé universitário, ensino, pesquisa e extensão.

Dentre suas principais atribuições é na proteção intelectual das criações feitas dentro da universidade, comercializa estas tecnologias e, dentro da estrutura da universidade, responde a demandas tecnológicas advindas do mercado. Dentro de sua estrutura se encontram as Incubadoras de Empresas da universidade, que tem a missão apoiar micro e pequenas empresas com alto grau de inovação em seus produtos.

Nos eixos Ensino e Extensão o CDT é responsável pela oferta de várias disciplinas e eventos que visam incentivar o pensamento empreendedor dentro da universidade. Contudo, segundo a escola clássica do empreendedorismo, a Schumpeteriana, não é fácil ensinar empreendedorismo, o empreendedor nasce quando há uma oportunidade ou uma nova tecnologia assim o foco está na inovação e nos conhecimentos técnicos.

É alguém com uma capacitação em negócios ou técnica e desenvolve sua ideia de negocio com um procedimento de erros e sucesso. Em suma o empreendedor aprende no campo. O ensino sem dúvida ajuda na geração de melhores empresários e empreendedores, sobretudo capacitando na administração do negócio, mas não pode garantir que os alunos sejam todos bem capacitados e tenham as características e oportunidades de transformar os conhecimentos em negócios.

Desta forma, pode-se inferir que apenas atividades em salas de aulas e mesmo palestras de cunho acadêmico não são suficientes para esta formação. A contribuição de Filion (2003) foi fundamental para o desenvolvimento do processo de educação empreendedora em Canada propondo um projeto de educação empreendedora adotado do governo. Segundo o autor, o Empreendedorismo se aprende geralmente pela transmissão de valores, por osmose e por contatos seguidos com um empreendedor, em suma, por trocas de saber com aqueles que o praticam, num ecossistema empreendedor.

Assim, reforçou-se o papel das atividades de Extensão para fazer a ponte entre teoria e prática, colocando estudantes, pesquisadores, membros do setor governamental e empreendedores de diversos ramos, juntos. Para Martins (2008) quando se pensa em extensão pensa-se em um conceito de sala de aula que vai além do tradicional espaço físico, dentro e fora da universidade, em que se realiza o processo histórico-social com suas múltiplas determinações, passando a expressar um conteúdo multi, inter e transdisciplinar, como exigência decorrente da própria prática.

Esta iniciativa foi chamada de Feira de Negócios e Inovação e teve sua primeira versão realizada em 2011, dentro do campus universitário Darcy Ribeiro, e teve o objetivo de gerar experiências de inovação e ampliar a rede de contato de empreendedores, atendendo a referida demanda social por competências inovador.

Embora sua primeira apresentação tenha sido seis anos atrás a Feira de Negócios e Inovação já é considerada um evento tradicional na UnB. Foi criada em 2011 pelo diretor prof. Bermudes, criados na UnB do CDT, inicialmente focada nos alunos da disciplina *Introdução à Atividade Empresarial*, que apresentavam os planos de negócios desenvolvidos ao longo do semestre.

Contudo, com o passar das edições, cada vez mais membros externos, empresários, *startup's*, Empresas Juniores, foram estimulados a participar, na tentativa de assim se criar o ecossistema de inovação, propiciando o contato entre empreendedores, pesquisados, alunos e a comunidade.

Tabela 1 – Indicadores de perfil da feira de negocio do CDT-UnB.

Edição	Data	Alunos	Empresas	Tecnologias	Visitantes
1	nov/11	110	0	0	60
2	mar/12	457	9	0	463
3	jul/13	314	22	0	731
4	nov/13	419	37	6	1000
5	jul/14	496	63	21	809
6	nov/14	917	46	13	1358
7	nov/15	563	48	9	2261
8	nov/16	261	53	27	1374

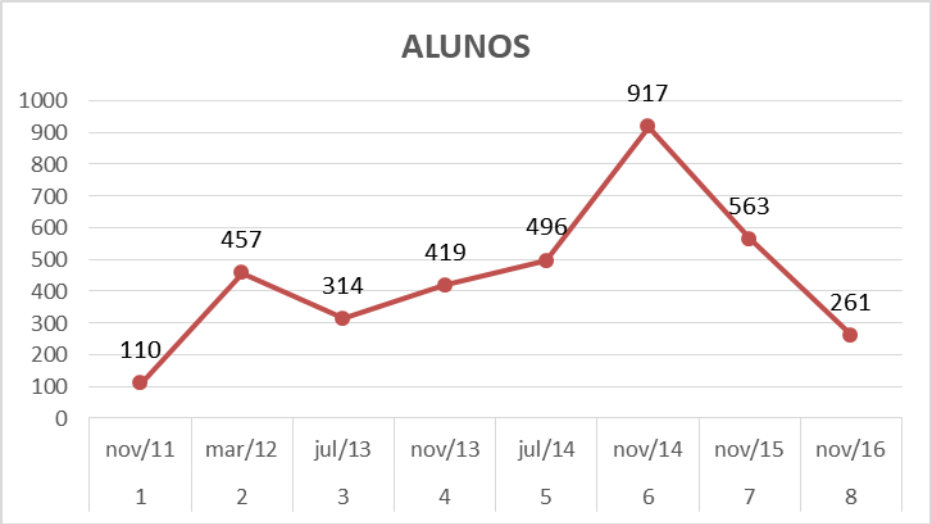
Fonte: Elaboração dos autores.

A tabela disposta acima mostra os indicadores de perfil do evento. A primeira coluna demonstra o quantitativo de alunos que expuseram seus planos de negócios, esses alunos foram provenientes da disciplina Introdução à Atividade Empresarial e das empresas juniores da universidade. Na segunda coluna observa-se o número de empresas, entre incubadas, parque tecnológico e externas à Universidade. Em tecnologias é demonstrado o número de inovações desenvolvidas no âmbito da universidade, por pesquisadores e empresas incubadas. Por fim, na última coluna afere-se os número de visitantes em cada um dos eventos.

Observando a tabela, nota-se que nos anos de 2013 e 2014, o evento foi realizado em duas edições anuais, com duração de um dia, contudo devido a restrições orçamentárias o evento passou a ser desenvolvido em uma edição anual, com dois dias de duração. Tal mudança decorreu devido a redução de verbas da universidade.

A segunda oscilação que se observa decorreu no ano de 2016, onde o evento foi concomitante a greve em protesto as reformas governamentais, neste mesmo ano ocorreu a redução na oferta da disciplina Introdução à Atividade Empresarial, tais fatos impactaram no quantitativo de alunos e visitantes no evento. Já em 2017 é prevista a retomada da oferta da disciplina, o que impactará diretamente no número de alunos presentes.

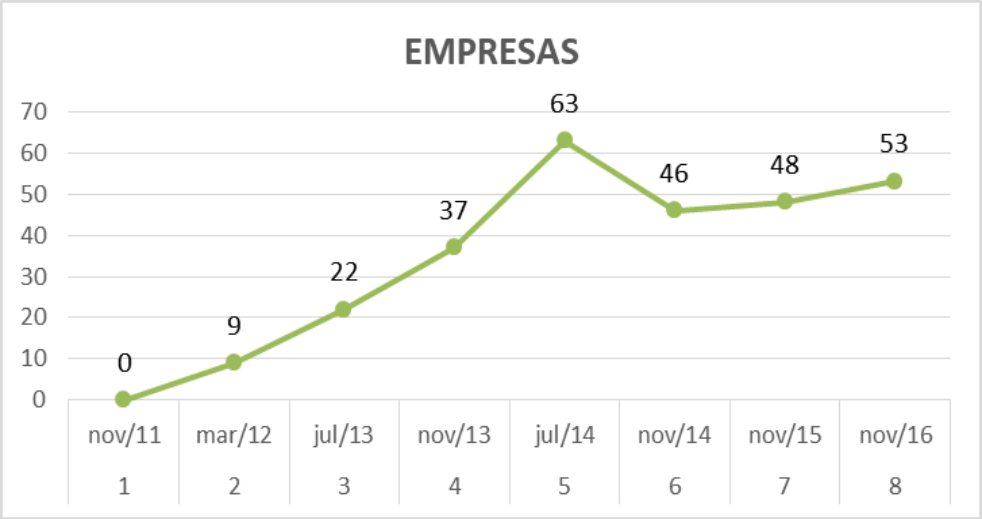
Gráfico 1 – Alunos participantes a feira do CDT-UnB.



Fonte: Relatório CDT 2016.

Contudo, observa-se que mesmo com a drástica redução de alunos presentes no evento, nota-se que o número de empresas se manteve relativamente estável. Esse resultado decorre do fato das empresas presentes, em sua maioria, tratam-se empresas ligadas a atividade de incubação e ao parque tecnológico ao CDT.

Gráfico 2 – empresas participantes a feira de negocio do CDT-UnB.



Fonte: Relatório CDT 2016.

Repara-se também que em relação as tecnologias, nas oito edições apresentou-se uma média de 9,5 tecnologias por edição. Enquanto nas últimas cinco temos uma media de 15,2, o que apresenta um crescimento de tecnologias produzidas e apresentadas.

Tabela 2 – Indicadores das atividades de ensino na feira de negocio do CDT-UnB.

Edição	Data	Palestras	Cursos
1	nov/11	1	0
2	mar/12	1	0
3	jul/13	2	0
4	nov/13	4	2
5	jul/14	4	1
6	nov/14	7	4
7	nov/15	9	2
8	nov/16	15	8

Fonte: Relatório CDT 2016 modificado para os autores.

A tabela número 2 mostra os curso e as palestras ofertadas durante cada edição. Observa-se o contínuo crescimento das atividades oferecidas a comunidade acadêmica e a sociedade. Neste ponto destaca-se que em 2016 apesar da queda, já esperada no número de alunos, focou-se também no público externo a universidade, desta forma decidiu-se por aumentar o número de cursos e palestras.

Análise da feira de negócios do CDT-UnB

Se concordarmos que o Empreendedorismo se aprende geralmente pela transmissão de valores, por osmose e por contatos seguidos com um empreendedor, em suma, por trocas de saber com aqueles que o praticam, num ecossistema empreendedor, o evento certamente pode ser incluído com sucesso entre os elementos desse ecossistema.

Em particular o papel das atividades de Extensão na UnB, em que o evento está incluído, serve para fazer a ponte entre teoria e prática, colocando estudantes, pesquisadores, membros do setor governamental e empreendedores de diversos ramos, juntos. Extensão é um pilar da UnB fundado em um conceito de sala de aula que vai além do tradicional espaço físico, dentro e fora da universidade.

Porém pode-se discutir alguma prática do evento do CDT em relação a melhorias. Uma primeira discussão sobre o evento é que ele é uma atividade fragmentada no processo da tripla hélice porque a Universidade não participa em sua totalidade. As faculdades e institutos não são envolvidos nessa atividade que é considerada um evento exclusivo do CDT e da faculdade de Tecnologia.

O impacto social e empresarial é reduzido, pois quase se passa sem referencia na imprensa e, sobretudo não temos indicação de quantos negócios são efetivamente desenvolvidos e se tornam referencia no DF.

Outro ponto é a modalidade do evento que segue a ideia de apresentação com poucos painéis de discussão e pouca atividade prática como oficinas, desafios, gincanas etc. Não se apresenta como uma atividade aberta a toda a comunidade e aos empresários.

Além disso, há pouca tecnologia envolvida, sobretudo TI e de conhecimento. A inovação é realizada seguindo parâmetros internos, por exemplo, apresentando patentes e inovações e também não é avaliada para indicadores objetivos de impactos externos da inovação. As apresentações são focadas em planos de negócios tradicionais. As inovações são na maior parte apresentação de patentes. A participação de empresas juniores que não são ativas em inovação tecnológica não é

elemento inovador na universidade. Há certa tendência se espelhar em modelos SEBRAE e menos nos modelos orientados a tecnologia e IT como o *Campus Party*.

Outro ponto é que em termos de educação o evento é um ponto de chegada e não um ponto de partida. O evento nasceu para apresentar trabalhos e planos de negocio de alunos e não avançou muito. Nessa maneira o ecossistema certamente houve benefícios, mas não iniciou-se um ciclo de aprendizagem continuo, ou se iniciou-se foi muito restrito, em que os alunos e os envolvidos iriam aumentar sua participação aos eventos sucessivos trazendo experiências e novidades. Um ciclo virtuoso deveria acabar trazendo mais representantes da empresa e do governo além da universidade para palestras, discussões sobre inovação e empreendedorismo, oficinas e outros eventos paralelos.

Pode se avaliar assim que a feira de negocio de inovação e empreendedorismo não foi pensada estrategicamente como um modelo de atividade estratégica. Se tivesse uma estratégia definida em relação aos sistemas S[1] teríamos uma melhor atuação e articulação na tripla hélice teórica. Usando o modelo Canvas de definição do modelo de atividades podemos, por exemplo, entender que há uma dissonância entre os 9 elementos. Por exemplo, em relação aos Principais parceiros: temos uma falha de participação da universidade e dos professores e dos institutos.

Em relação aos Recursos chave: empresários chave da comunidade não são envolvidos (por exemplo: bancos, construção civil, agronegócio) em competições, procura de talentos etc. Também em relação as Atividades chaves: estas são reduzidas ao evento, falta por exemplo uma comunicação mais efetiva na imprensa, não há Road show para apresentação em outras universidades, no governo, em associações industriais etc.

Em relação à oferta de valor não há apresentação de âncoras e de agencias como Sebrae, FAP do DF, Empresas para visitantes. Não há competição de aceleradoras e não uma oferta definida para investidores em maneira mais profissional: por exemplo, com a apresentação de startups e empreendedores profissionais. .

Pode-se dizer que a inda é pouco claro quais os clientes do evento. Assim cabe uma pergunta o CDT mesmo é cliente? Se for é necessário segmentar e definir melhor quais segmentos se pretende atingir em cada parte do evento e cada lugar do layoute final. A luz dessas análises depende da diretoria do CDT redefinir para os próximos anos o evento, seus impactos e suas finalidades, acreditamos com uma melhor visão estratégica. Em 2017 é prevista uma mudança no conceito de feira e na sua atuação em novembro. Não temos ainda o plano das atividades para comentá-lo e saber se irão ser incluídas as sugestões discutidas aqui. Entretanto augura-se boa sorte para este novo desafio.

CONCLUSÃO

Diante o exposto, a Feira de Negócios e Inovação atingiu o objetivo proposto viabilizando a disseminação de competências inovadoras e empreendedoras, e apresentando resultados para a comunidade, possibilitando a formação de uma rede de inovação para formar profissionais com grande potencial.

Entretanto a frente das criticas da analise dos eventos pode-se colocar que uma melhor definição da estratégia do evento para o CDT e a UNB seria aconselhada a frente à falta de visibilidade do evento em Brasília. O evento por ser da UNB e ser o centro de várias ações federais deveria ter mais visibilidade no DF e nacional e trazer para o ecossistema mais benefícios.

[1] A criação do sistema S e de suas fontes de receita, remonta a meados da década de 1940 e apenas quatro delas, (SESCOOP, SENAR, SEST e SENAT) foram instituídas após a Constituição Federal de 1988.

Sugere-se com esta pesquisa experimental uma revisão do plano estratégico do CDT para o evento feira, sobretudo em relação aos clientes, pois no ecossistema os stakeholder são além a universidade também o DF e empresas, para incluir o evento em uma estratégia mais abrangente para tornar o evento mais importante nos próximos anos.

REFERÊNCIAS

Aveni A. **Empreendedorismo Contemporâneo**. Ed. Atlas. São Paulo 2014. Confederação Nacional Industria CNI/IEL (1999) Empreendedorismo, Ciência, Técnica e Arte. Brasilia : IEL Nacional.

Côté, M., Filion, L.J. (2005) **La gouvernance des entreprises de haute technologie et leur administration.** Cap Rouge, QC : Édition de l'entrepreneur (à paraître).

COSTA, Vânia Maria Gomes; CUNHA, João Carlos da. A universidade e a capacitação tecnológica das empresas.**Revista de Administração Contemporânea,** Curitiba, v. 5, n. 1, p.61-81, abr. 2001. Bimestral. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552001000100005>. Acesso em: 02 jul. 2017.

Dolabela, F.; Filion, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n.2, 2013.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 263 p.

ETZKOWITZ, H. Academic-industry relations: a sociological paradigm for economic development. In: LEYDERSDORFF, L.; VAN DEN BESSLAAR, P**. Evolutionary economics** Int. J. Knowl. Eng. Manage., and chaos theory: new directions in technology studies. Londres: Printer Publishers, 1994.

ETZKOWITZ, H. Hélice Tríplice: metáfora dos anos 90 descreve bem o mais sustentável modelo de sistema de inovação. Revista Conhecimento e Inovação, Campinas, v. 6, n. 1, 2010. Entrevista concedida a Luciano Valente.

Filion, L.J. (1993) Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. Revista de Administração de Empresas RAE. Escola de Administração de Empresas de São Paolo, Fundação Getúlio Vargas, vol.33, no. 6. Nov/Dez., pp.50-61.

_____(1999a) Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas** RAE. Escola de Administração de Empresas de São Paolo, Fundação Getúlio Vargas. vol.39, no 4. Out/Dez. pp.6-20.

_____ (1999b) Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP Revista de Administração**, Univ. São Paulo, vol.34, no.2, abril-junho, pp.5-28.

_____ (2000) Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. ERA Light, **Revista de Administração de Empresas – ERA.** Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Brasil, vol. 7, no 3, pp.2-7. RAE, vol. 40, no. 3, 2000.

_____ (2004) Pour une vision inspirante en milieu scolaire. 2e éd. Cap Rouge : Presses InterUniversitaires.

Filion, L.J., Dolabela, F. e seus colaboradores (1999) **Boa Ideia! E Agora?** São Paulo : Cultura Editores Associados.

Filion, L.J., Laferté, S. (2003) Carte routière pour un Québec entrepreneurial. Gouvernement du Québec.

Filion, L.J., Luc, D. et Fortin, P.-A. (2003) essaimage d enterprises entrepreneuriales. Montréal : Transcontinental. Rapport remis au Conseil Vers de nouvelles pratiques.

Filion, L.J., Luc, D., Fortin, P.-A. (2005) essaimage technologique. Valorisation de la recherche par la création d entreprises technologiques. Montréal : Presses de l'Université de Montréal (à paraître).

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Myller Augusto Santos; PEREIRA, Fernando Eduardo Canziani. Hélice tríplice: um ensaio teórico sobre a relação universidade-empresa-governo em busca da inovação. **International Journal Of Knowledge Engineering And Management,** Florianópolis,, v. 4, n. 8, p.136-155, mar. 2015. Quadrimestral. Disponível em: <http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/IJKEM/article/viewFile/3309/4071>. Acesso em: 05 jun. 2017.

Joyal, A. (2002) **Le développement local: Comment stimuler l économie des régions en difficulté**. Sainte- Foy : Les Éditions de l'IQRC, Collection Diagnostic.

Lundström, A. et Stevenson, L. (2002) On the Road to Entrepreneurship Policy. Vol. 1 of the

Entrepreneurship Policy for the Future Series, Swedish Foundation for Small Business Research, Sweden.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. V.. **Metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

MARION FILHO, P. J.; SONAGLIO, C. M. A inovação tecnológica em arranjos produtivos locais: a importância da localização e das interações entre empresas e instituições**. Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 38, n. 2, p. 306-318, abr./jun. 2007. Quadrimestral. Disponível em: https://ren.emnuvens.com.br/ren/article/view/526/414. Acesso em: 27 junho 2017.

Mariotti, S. (2000) **The Young Entrepreneur s Guide to Starting and Running a Business**. New York: Three Rivers Press.

MINEFI (Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie) (2003) **Des mesure en faveur de la création d'entreprise : Libérez votre esprit d'entreprise**; Paris: MINEFI (Url: http://www.pme- commerce-artisanat.gouv.fr/espritdentreprise/mes_somma.php)

Ministry of Trade and Industry (2003) Entrepreneurship Policy Program: An Enterprising Society in View.SiteinternetduGouvernementdelaFinlande,Helsinki.(URL: http://ktm.fi/print_page.phtml?menu_id=885&lang=3 &chapter_id=6872)

MARTINS, Eliecília de Fátima. Extensão como componente curricular: oportunidade de formação integral e de solidariedade. **Ciências e Cognição,** Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p.201-209, 31 jul. 2008. Semestral. Disponível em: <http://www.cienciasecognicao.org/revista/index.php/cec/article/view/232/131>. Acesso em: 01 jul. 2017.

MORENO, Rosina; PACI, Raffaele; USAI, Stefano. Spatial Spillovers and Innovation Activity in European Regions. **Sage Journals: Environment and Planning A,** Vancouver, v. 37, n. 10, p.1793-1812, 01 out. 2005. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1068/a37341>. Acesso em: 12 jun. 2017.

PORTES, M.R.; ANANIAS, S.P.; TEIXEIRA, H.A. Ensino do Empreendedorismo e Extensão Universitária: uma política pedagógica articulada. 2011. 15p. In**: VII Congresso Virtual Brasileiro** – Administração – CONVIBRA. Anais... Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_2933.pdf. Acesso em: 30 maio 2012.

Reynolds, P. D., Bygrave, W.D., Autio, E., Hay, M. et la Fondation Ewing Marion

Kauffman (2002) **Global Entrepreneurship Monitor**, GEM 2002 Executive Report; Boston: Ewing Marion Kauffman http://www.emkf.org/pagelist.cfm?search_pageType=24&search_sectionID=41&doSearch=yes&searchform=no)

Riverin, N. (2003) Global Entrepreneurship Monitor- le rapport canadien 2002. **Cahier de recherche 2003**- 17, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, HEC Montréal.

RODRIGUES, Andréia Lilian Lima et al. Contribuições da extensão universitária na sociedade. **Caderno de Graduação** - Ciências Humanas e Sociais - UNIT, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 2-17. 2013. Disponível em: https://periodicos.set.edu.br/index.php/cadernohumanas/article/viewFile/494/254. Acesso em: 07 jul 2017.

SCHUMPETER, Joseph A**. Teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1983.

STAL, Eva; FUJINO, Asa. As relações universidade-empresa no Brasil sob a ótica da lei de inovação. **Revista de Administração e Inovação,** São Paulo,, v. 2, n. 1, p.5-19, 2005. Quadrimestral. Disponível em: <http://www.journals.usp.br/rai/article/viewFile/79035/83107>. Acesso em: 22 maio 2017.

Stevenson, L., Lundström, A. (2001) **Patterns And Trends in Entrepreneurship/SME Policy and Practice in Ten Economies**. Vol. 3 of the Entrepreneurship Policy for the Future Series. Swedish Foundation for Small Business Research, Sweden.

Stevenson, L., Lundström, A. (2002) **Beyond the Rhetoric: Defining Entrepreneurship Policy and Its Best Practice Components**. Vol. 2 of the Entrepreneurship Policy for the Future Series. Swedish Foundation for Small Business Research, Sweden.

Yuill, D. (Éd.) (2003) R**egional Policy in the Regions: An International Comparison;** Glasgow: European Policies Research Center, The University of Strathclydein Glasgow.(URL: http://www.eprc.strath.ac.uk/eprc/regional_development_we.cfm).