



FORMAÇÃO EMPREENDEDORA NA UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO– UNEMAT

Sirlene Takeda Bresciani – sir_takeda@hotmail.com

Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade Federal de Santa Maria

Steffani Nikoli Dapper – stenikoli@hotmail.com

Programa de Pós-Graduação em Estatística e Modelagem Quantitativa

Luis Felipe Dias Lopes – lflopes67@yahoo.com.br

Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade Federal de Santa Maria

Resumo— Para promover as condições de produção e inovação, a ideia básica da Hélice Tríplice é a reunião dos três atores, Universidade – Indústria-Governo. Nessa abordagem, as atribuições da universidade vão além do ensino, pesquisa e extensão, pois a mesma tem a responsabilidade de contribuir para o desenvolvimento econômico e social do local e do entorno, por meio da criação de novas tecnologias, contribuindo diretamente para a inovação. Assim, o objetivo desse estudo foi conhecer as ações da Unemat que estão inseridas no contexto de universidade empreendedora da abordagem HT. A metodologia de pesquisa foi de natureza qualitativa, objetivo descritivo e coleta e análise de dados com a técnica de análise de conteúdo. Dessa forma, foram analisados os PPCs dos cursos de graduação regular de todos os campi da instituição. Já, no segundo momento, foram analisadas notícias do *website* da Unemat e alocadas nas categorias inovação, empreendedorismo e parcerias. Sobre a necessidade de ofertar a disciplina de empreendedorismo, conclui-se que a instituição necessita repensar os PPCs. Já, sobre as ações encontradas a partir da análise de notícias, considera-se que as mesmas contribuem para a mudança necessária de papel tradicional para o inovador na instituição.

Palavras-chave – empreendedorismo, inovação, universidade, parcerias.

Abstract – To promote the conditions of production and innovation, the basic idea of the Triple Propeller (TP) is the meeting of the three actors, University-Industry-Government. In this approach, the university's attributions go beyond teaching, research and extension, since it has the responsibility to contribute to the economic and social development of the local and the environment, through the creation of new technologies, directly contributing to innovation. Thus, the objective of this study was to know the actions of UNEMAT that are inserted in the context of university entrepreneurship of the TP approach. The research methodology was qualitative in nature, descriptive objective and data collection and analysis with the technique of content analysis. In this way, we analyzed the Course Pedagogical Project (CPP) of the institution's undergraduate courses. Already, in the second moment, we analyzed news from the UNEMAT website and allocated in the categories innovation, entrepreneurship and partnerships. On the need to offer the discipline of entrepreneurship, it is concluded that the institution needs to rethink the CPP. Already, on the actions found from the analysis of news, it is considered that they contribute to the necessary change from traditional role to innovator in the institution.

Keywords – entrepreneurship, innovation, university, partnerships.

1 INTRODUÇÃO

Os problemas da sociedade, relacionados ao conhecimento, têm se tornado cada vez mais complexo. A universidade é o local em que se espera encontrar soluções para essas demandas. Em resposta, emerge o conceito de universidade empreendedora/inovadora, associado a termos como inovação, criatividade e risco. Nesse sentido, não são as demandas que modificam e impulsionam a universidade, mas sim as respostas específicas àquelas demandas, ou seja, o atendimento das necessidades da comunidade local e regional (CLARK, 2006).

Para ser um lugar de mudança e de geração de novos conhecimentos, a universidade necessita ser flexível e assumir esse desafio de formar um novo tipo de profissional (AUDY, 2006). Segundo Clark (2006), não importa a denominação – universidade inovadora, universidade proativa, universidade empreendedora –, mas sim como isso pode ser realizado.

A transformação da universidade tradicional em inovadora passa por dois momentos distintos, os quais Clark (2006) define como milagres. O primeiro momento está na vontade da universidade em iniciar o processo de mudança, mesmo correndo o risco de fracassar e, em segundo, é dar continuidade ao círculo de realizações bem-sucedidas, durante um período longo de tempo, resistindo à tendência conservadora da universidade e de patrocinadores.

Para promover as condições de produção e inovação, a ideia básica da Hélice Tríplice é a reunião dos três atores: universidade - indústria - governo. A universidade é considerada a fonte de conhecimento a partir da produção de pesquisas científicas, a indústria como recursos de implementação e o governo para determinar a legislação, regulação e o fomento (ETZKOWITZ, 2013; ROSSA; GARCIA; LEZANA, 2013; SCHREIBER *et al.*, 2013).

Recentemente, foram realizadas alterações na lei 10.973 de 02 de dezembro de 2004 (BRASIL, 2004), e assim, a Lei 13.243 de 11 de janeiro de 2016 que dispõe sobre “estímulos ao desenvolvimento, à pesquisa, à capacitação científica e à inovação” (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2016), passou a exigir que as universidades públicas brasileiras tenham um Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT). Assim, as competências mínimas dos NITs estão relacionadas ao zelo pela manutenção da política institucional de estímulo à proteção das criações, licenciamento, inovação e outras formas de transferência de tecnologia; avaliação e classificação dos resultados decorrentes de atividades e projetos de pesquisas inovadoras; avaliação da solicitação de inventor independente para adoção de invenção; opinião quanto à conveniência e promoção da proteção das criações desenvolvidas na instituição; bem como acompanhar o processamento dos pedidos e a manutenção dos títulos de propriedade intelectual da instituição (BRASIL, 2004).

Ao considerar a necessidade de funcionamento do NIT, as universidades necessitam tomar a decisão de participar desse processo. Nesse sentido, as instituições necessitam organizar seus espaços e seus currículos de formação de profissionais, na busca de formar sujeitos capazes de participar dos processos de inovação. Para Etzkowitz (2013) a universidade tem o principal papel na hélice tríplice e suas atividades devem ser focadas no empreendedorismo. Para isso, aponta que qualquer acadêmico formando deve ter a habilidade de elaborar um plano de negócios. Dessa forma, a universidade precisa definir os currículos formativos a partir do Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

A criação de parque tecnológico no entorno da universidade e a concepção de incubadoras tecnológicas para a transferência de tecnologia, desenvolvimento e aplicação de resultados de pesquisas em indústrias, são recursos necessários para a mudança da universidade de perfil tradicional para o perfil empreendedor. Nesse sentido, este estudo tem como objetivo conhecer as ações da Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat, que estão inseridas no contexto de universidade empreendedora da abordagem HT que corroboram com o NIT.

2 REVISÃO TEÓRICA

O ambiente competitivo enfrentado pelas organizações exige dos gestores muito mais que conhecimento técnico e dedicação diferenciada sobre o seu ramo de atividade. Não basta elaborar as estratégias somente em premissas como preço, *design* e qualidade, principalmente porque todos esses atributos normalmente, cedo ou tarde, podem ser copiados pela concorrência. Dessa forma, é necessário atuar no mercado de maneira diferente, de tal forma que os clientes percebam as diferenças através da agregação de valor para os produtos ou serviços. A inovação aplicada às empresas, nos produtos, serviços e processos é uma das principais ferramentas com poder de gerar diferenciação (MANUAL DE OSLO, 1997). A inovação tem sido estudada desde o início do século XX, por estar associada ao desempenho organizacional, ou seja, empresas com maiores níveis de desempenho possuem também maior capacidade de inovação (FREEMAN, 1987).

O documento que aponta o índice global de inovação (GII) 2017, elaborado pelo *Colege Cornnel, Insead* e pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO) está em sua décima edição e aponta o Brasil na 69ª posição, mesma posição alcançada em 2016. O tema desta edição é Inovação alimentando o mundo. O objetivo deste documento é tornar-se uma ferramenta de ação para os tomadores de decisão. “O índice de Inovação é composto por cinco insumos, pilares que capturam elementos da economia nacional que permitem atividades inovadoras: (1) Instituições, (2) Capital humano e Pesquisa, (3) Infra-estrutura, (4) Sofisticação do mercado e (5) Sofisticação empresarial” (GII, 2017, p. 41).

“O Brasil é relativamente fraco em impacto no conhecimento”, ou seja, o desenvolvimento da educação universitária precisa melhorar para ter condições de integração entre a indústria e o governo. Desta forma, os especialistas apontam que há um baixo nível de integração entre empresas e universidade e falta de mão de obra especializada (GII, 2017, p. 36).

O desenvolvimento econômico é alcançado mediante o crescimento das organizações, através de um processo criativo, alinhando relações entre a economia, ciência e tecnologia, surgindo então, inovações que geram evoluções, em acordo com o conceito de “destruição criativa”, propagado por Schumpeter (1988). Ainda, na visão do mesmo autor, as inovações são o centro das possibilidades de desenvolvimento econômico, pois sem elas haveria um estado de equilíbrio, os padrões de produção não seriam alterados, as rotinas, os produtos e os processos seriam lineares, feitos da mesma forma pelo tempo que fosse necessário.

A inovação é componente fundamental para que empresas tenham desempenho superior nos seus mercados de atuação, assim, vantagens na competição são advindas através desse componente (FREEMAN, 1994; DOSI; SOETE, 1990). Schumpeter (1988), por entender que a inovação cresce mais do que as organizações empresariais, relacionou os níveis de inovação ao tamanho da empresa, ou seja, as organizações maiores e melhores estruturadas financeira e administrativamente, possuem maiores condições de elaborar processos inovadores quando tiram vantagem dessa situação. Investem mais em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços. Assim, nessa concepção, as empresas buscam na inovação uma forma de ampliar seu posicionamento no mercado, tendo na inovação o diferencial competitivo, e também procuram aumentar os seus lucros, operacionalizando integralmente suas ações com características inovadoras.

O processo de inovação foi classificado por Schumpeter (1988) em três fases: invenção (ideia, conceito, esboço para um novo produto, ou processo), inovação (percebida quando há geração ou incremento de riqueza no produto) e difusão (propagação pelo mercado de novos processos). Na mesma linha, Freeman (1987), criou quatro categorias para a inovação: incremental, radical, mudança do sistema tecnológico, e mudança do paradigma tecno-econômico.

A inovação incremental está associada a qualquer tipo de melhoria nos processos ou produtos, que não alterem a estrutura inicial, ou seja, complementa o que já está em processo inovativo. Por inovação

radical entende-se a ruptura dos processos produtivos em vigor, para novas situações totalmente diferentes. Já a mudança no sistema tecnológico, afeta a condição econômica e causa entrada de empresas em novos setores, enquanto a mudança no paradigma tecno-econômico implica em uma situação que afeta a estrutura e o sistema de produção de quase todos os ramos econômicos (FREEMAN, 1987).

Buscando a inovação na universidade, a HT evoluiu de uma teoria para um modelo, já aplicado em diversos países do mundo, estimulando o surgimento de núcleos de incubadoras, núcleos de inovação, escritórios de transferência de tecnologia, novas leis e mecanismos de fomento, inclusive no Brasil. O modelo HT propõe que as universidades devem ser espaço de formação e preparação de profissionais com conhecimento que promova a inovação e o desenvolvimento. Já, o governo deve contribuir com a criação, aperfeiçoamento e consolidação de políticas públicas de fomento à inovação. O terceiro componente, a indústria ou empresas, tem a função de aplicar as tecnologias desenvolvidas na universidade em parceria com o governo (AUDY, 2006). “Em contraste com teorias que enfatizam o papel do governo ou das empresas na inovação, a Hélice Tríplice concentra-se na universidade, como fonte de empreendedorismo e tecnologia, assim como de investigações críticas” (ETZKOWITZ, 2013, p. 2).

Segundo Audy (2006), a mudança do papel da universidade, passa a assumir uma tripla missão: ensino, pesquisa e desenvolvimento econômico e social. O autor aponta ainda 4 processos importantes decorrentes das interações da Tríplice Hélice: mudanças de nível interno em cada uma das hélices; efeito sinérgico; criação de novas formas de relacionamento; efeito recursivo gerado pela rede ampliando as ações junto à sociedade.

A relação entre a universidade, indústria e o governo, torna-se um desafio, a partir da necessidade de aplicação dos resultados de pesquisas científicas produzidas na universidade, com os setores produtivos, juntamente com os governantes, no propósito de desenvolver inovações tecnológicas que contemplem as necessidades de desenvolvimento local e regional (AUDY, 2006; ETZKOWITZ, 2013; NIWA, 2014; ROSSA; GARCIA; LEZANA, 2013; SCHREIBER *et al.*, 2013).

No contexto da abordagem HT, as atribuições da universidade vão além do ensino, pesquisa e extensão, pois a mesma tem a responsabilidade de contribuir para o desenvolvimento econômico e social do local e do entorno, por meio da criação de novas tecnologias, contribuindo diretamente para a inovação. Ou seja, a universidade passa a ter tripla missão: ensino, pesquisa e desenvolvimento econômico e social. Sua vantagem está no conhecimento produzido pelos estudantes que fazem parte de seus cursos de graduação. Dessa forma, a universidade pode se comprometer a capacitar acadêmicos para as áreas relevantes na economia local (AUDY, 2006; ETZKOWITZ, 2013).

As primeiras experiências da universidade empreendedora ocorreram no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), na universidade Stanford e na universidade Harvard. Este conceito de empreendedorismo e inovação está relacionado a instituição ativa, ou seja, que deixam de ser tradicionais e buscam a renovação reagindo às demandas internas e externas (AUDY, 2006).

Clark (2006) descreve cinco elementos que aponta o caminho da transformação da universidade tradicional para a universidade inovadora, sendo eles: a renda diversificada da universidade; a capacidade fortalecida de administração; o entorno de desenvolvimento que consiste em centros de pesquisas não-departamentais e programas de *outreach* (de extensão); um centro de acadêmicos estimulados/modernizados e a cultura empreendedora envolvente.

Etzkowitz (2013, p. 4) enfatiza que “em uma época na qual se espera que tantos alunos inventem seus próprios empregos e ou tenham como um de seus objetivos de vida a participação na criação de um novo empreendimento” a capacidade de elaborar um plano de negócios deve ser um elemento essencial no currículo do curso. Nesse sentido, para ser empreendedora a universidade deve apoiar-se sobre quatro pilares:

1. Liderança acadêmica capaz de formular e implementar uma visão estratégica;
2. Controle jurídico sobre os recursos acadêmicos, incluindo propriedades físicas, como os prédios da universidade e a propriedade intelectual que resulta da pesquisa;
3. Capacidade organizacional para transferir tecnologia através do patenteamento, licenciamento e incubação;
4. Um *ethos* empreendedor entre administradores, corpo docente e estudantes (ETZKOWITZ, 2013, p. 37).

Esses pilares devem ser trabalhados de forma conjunta ou a universidade corre o risco de não alcançar a capacidade empreendedora. A mudança deve ocorrer gradativamente, experimentando e se adaptando, até que essa transformação se torne elemento de sustentação (CLARK, 2006).

Para ser empreendedora, a universidade deve ter algum controle estratégico e um grau considerável de independência. No entanto, deve ter interação constante com empresas e governo. Já, o desenvolvimento das capacidades empreendedoras deve ocorrer a partir de diferentes tarefas. A pesquisa acadêmica deve ser considerada uma estratégia permanente e típica. “O empreendedorismo, como missão acadêmica, é integrado ao ensino e à pesquisa” (ETZKOWITZ, 2013, p. 13). Já, a terceira tarefa concentra-se na criação de incubadoras tecnológicas para a transferência de inovações tecnológicas.

As incubadoras tecnológicas podem ter características convencionais ou sociais, ou ainda combinar as duas categorias. A convencional desenvolve e utiliza a tecnologia juntamente com as empresas privadas, enquanto a social, desenvolve a tecnologia coletivamente e participativamente, pelos atores interessados na construção de um novo cenário desejável, ou seja, a Tecnologia Social se aproxima de algo que se denominou “inovação social” (BRANDÃO, 2004).

Niwa (2014) analisou o papel das incubadoras tecnológicas no desenvolvimento local e regional sob a perspectiva do modelo da HT e da interação com os *clusters* ou arranjos produtivos locais - APL, por meio de estrutura de referência oriunda de estudo de caso nas Incubadoras de Inovações Tecnológicas da UTFPR (IUTs), com o propósito de fortalecer a relação entre o ensino, pesquisa e desenvolvimento, e o desenvolvimento econômico e social. Os resultados encontrados pelo pesquisador apontam que o modelo econômico, representado pela HT, aliado ao fenômeno urbano do APL ou vocações produtivas, aplicados, portanto, em incubadoras tecnológicas, podem induzir o desenvolvimento econômico e social local.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para alcançar o objetivo proposto foi utilizada a pesquisa de natureza qualitativa, com objetivo descritivo e uso da técnica de análise de conteúdo, de onde emergiram categorias de análise para demonstrar os resultados encontrados. O campo da Administração tem utilizado cada vez mais a abordagem qualitativa com técnica de análise de conteúdo em seus estudos (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011; ROCHA; DEUSDARÁ, 2005; SILVA; FOSSÁ, 2013). Para isso, “na análise do material, busca-se classificá-los em temas ou categorias que auxiliam na compreensão do que está por trás dos discursos” (SILVA; FOSSÁ, 2013, p. 1).

A pesquisa qualitativa segundo Minayo (2001, p. 22), “trabalha com o universo de significados, motivos e aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

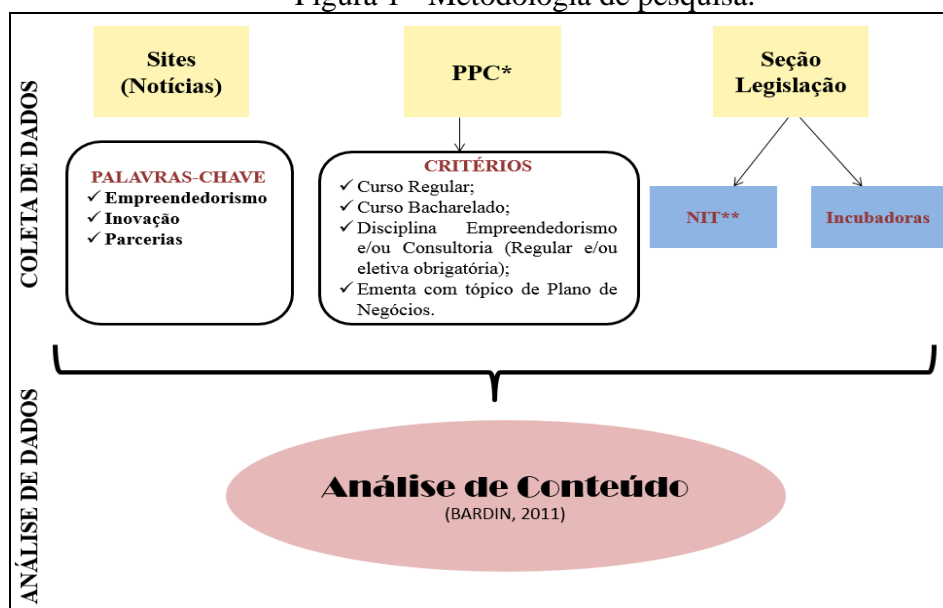
Vergara (2000, p. 47) afirma que a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. “Não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação”. Conforme Mozzato e Grzybovski (2011), os dados antes de serem tratados tratam-se de apenas dados brutos. Dessa forma, buscou-se a técnica de análise de conteúdo para análise dos dados e no delineamento dos resultados encontrados.

Segundo Bardin (2011), a técnica de análise de conteúdo refere-se a um composto de técnicas de análise das comunicações a partir de procedimentos sistemáticos e que possuem o objetivo de descrever o conteúdo das mensagens. A intenção da análise de conteúdo é inferir determinados conhecimentos relacionados às condições de produção, resultando em indicadores quantitativos ou não. Na figura 1 é possível observar as etapas estabelecidas na metodologia desta pesquisa, a coleta de informações, com os respectivos descritores pesquisados e técnica de análise utilizada.

Para atingir o objetivo principal desta pesquisa, que foi conhecer as ações da Unemat que estão inseridas no contexto de universidade empreendedora da abordagem HT, foram estabelecidas três etapas. A primeira consistiu em uma pesquisa documental realizada no *website* da Unemat a fim de identificar as atividades desenvolvidas pela instituição, relacionadas aos temas de empreendedorismo, inovação e parcerias. Na realização da busca das notícias, envolvendo a temática da abordagem HT, foram utilizados três descritores: a) empreendedorismo, b) inovação e c) parcerias. Os dados foram descritos em tabelas e discutidos por meio da análise de conteúdo.

A segunda etapa correspondeu a uma análise dos Projetos Pedagógicos de Curso (PPC) de graduação distribuídos nos campus da Unemat. Para tanto, foram utilizados documentos impressos e documentos disponíveis no *website* da universidade. Os dados dos PPCs que não puderam ser obtidos no site da instituição foram solicitados por e-mail aos coordenadores dos cursos. Esta etapa foi realizada com a finalidade de identificar os cursos de bacharelado que ofertam a disciplina de empreendedorismo. Os critérios estabelecidos para a inclusão dos cursos nesta análise foram: a) curso regular; b) curso de bacharelado; c) ofertar a disciplina de empreendedorismo; d) a disciplina deve ser regular ou eletiva obrigatória; e) a disciplina deve possuir na ementa o tópico de elaboração de plano de negócios.

Figura 1 - Metodologia de pesquisa.



* PPC – Projeto Pedagógico de Curso; ** NIT - Núcleo de Inovação Tecnológica

Fonte: Autoria própria (2017).

Na terceira etapa foram investigados aspectos relacionados à incubadora tecnológica da universidade. A busca das informações foi realizada em documentos disponíveis no *website* da instituição nas seguintes seções: legislação – resoluções – leis – portarias – instruções normativas. Essa busca consistiu em identificar os documentos relacionados à criação de incubadoras tecnológicas na Unemat.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

No dia 15 de dezembro de 1993, por meio da Lei Complementar Nº 30, institui-se a Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), mantida pela Fundação Universidade do Estado de Mato Grosso (Funemat). Atualmente a instituição possui 13 campus, 13 núcleos pedagógicos e 18 pólos educacionais de Ensino a Distância. Cerca de 20 mil acadêmicos são atendidos em 60 cursos presenciais. A universidade possui 4 doutorados institucionais, 2 doutorados interinstitucionais (Dinter), 3 doutorados em rede, 11 institucionais, 1 mestrado interinstitucional (Minter) e 4 mestrados profissionais (UNEMAT, 2017).

A Unemat ao cumprir a Lei 10.973 de 02 de dezembro de 2004, criou o NIT na sede da universidade, em Cáceres no ano de 2008. No entanto, o núcleo foi transferido em 2011 para o campus de Barra do Bugres para se aproximar do pólo tecnológico da Unemat e facilitar suas ações. O NIT tem como parceiros o Escritório de Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Estado de Mato Grosso (EIT-UFMT) e o Instituto Federal de Mato Grosso. Assim, as instituições têm fomentado as iniciativas de inovação tecnológica a partir das atividades de incubadoras tecnológicas (UNEMAT, 2017).

As incubadoras de novos negócios de produto ou serviço, são consideradas o espaço de inovação e portanto, influenciam o desenvolvimento regional, ampliando a matriz produtiva do estado e de seus municípios. Dessa forma, a Unemat apresenta as seguintes incubadoras de tecnologia social: INCUBEES – Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários Sustentáveis, criada em 2006 no campus sede de Cáceres; IOCAS – Incubadora de Organizações Coletivas Autogeridas, Solidárias e Sustentáveis, no campus de Tangará da Serra; e a IESA – Incubadora de Empreendimentos Socioeconômicos, Solidários e Sustentáveis da Vale do Arinos, criada em 2015 no campus de Juara. Para Etzkowitz (2013, p. 38) “quando a universidade se envolve com a transferência de tecnologia e a formação de empresas, ela atinge uma nova identidade empreendedora”.

Os cursos regulares ofertados pela instituição estão alocados em 13 campus, que estão em funcionamento nas cidades de Alta Floresta, Alto Araguaia, Barra do Bugres, Cáceres, Colíder, Diamantino, Juara, Nova Mutum, Nova Xavantina, Sinop e Tangará da Serra. A universidade atua com quatro modalidades de cursos, sendo eles: os regulares, os de ensino a distância (EAD), os parcelados e a faculdade indígena. A Unemat oferta cursos de graduação do bacharelado e da licenciatura, sendo que o campus de Colíder oferece apenas cursos de licenciatura. No quadro 01 podem ser observados os cursos de graduação ofertados na instituição, indicando aqueles que ofertam disciplinas de empreendedorismo.

Conforme resultados da análise, os cursos que não oferecem a disciplina são: Agronomia, Arquitetura e Urbanismo, Ciências Biológicas, Direito, Enfermagem, Engenharia Agroindustrial, Engenharia de Alimentos, Engenharia Civil, Engenharia Elétrica, Engenharia Florestal, Engenharia de Produção, Ciência da Computação, Ciências Econômicas, Medicina, Pedagogia, Sistemas de Informação, Zootecnia.

Somente 4 (quatro) cursos ofertam a disciplina de empreendedorismo e são os seguintes: Comunicação Social (Alta Araguaia) Ciências Contábeis (Cáceres, Nova Mutum e Sinop), Administração (Diamantino; Juara; Nova Mutum e Tangará da Serra), Turismo (Nova Xavantina). No entanto, o curso de Ciências Contábeis do campus de Tangará da Serra não oferta a disciplina. Também, a partir da análise dos documentos, percebeu-se que a disciplina não faz parte das cadeiras básicas de formação. Dessa forma, mesmo ofertando a disciplina e principalmente nos cursos de Administração, a disciplina é considerada eletiva obrigatória. Essa condição faz com que a disciplina tenha a possibilidade de ser ofertada ou não, durante o curso. Assim, algumas turmas poderão receber a formação com incentivo ao empreendedorismo e outras possivelmente, serão formadas com foco na formação de mão de obra para o mercado de trabalho, ou seja, para ser empregado.

Para corroborar com a discussão, traz-se o resultado da pesquisa realizada pelo Sebrae e Endeavor intitulado Empreendedorismo nas universidades brasileiras – 2016. A disciplina de empreendedorismo é ofertada em cerca de 50% dos cursos de engenharias e ciências sociais aplicadas (administração e outras). Em contrapartida, outras áreas de conhecimento têm pouquíssima oferta de disciplinas, como ciências agrárias, da saúde, biológicas e humanas - em torno de 30% de oferta das disciplinas para esses cursos. São temas das aulas, inspiração 54,4%; criação de novos negócios 7,8%, e gestão de pequenos negócios 6,8%.

A fim de analisar as atividades desenvolvidas pela universidade, que consiste na segunda parte de investigação nesse estudo, foram encontradas 27 (vinte e sete) notícias que se enquadram nas categorias de empreendedorismo, inovação e parcerias. Dessa forma, após análise, as notícias foram distribuídas no quadro 1, indicando a categoria, a ação e o ano. Ressalta-se aqui o apontamento de Clark (2006) quando cita que a transformação da universidade tradicional em inovadora passa por dois momentos distintos. O primeiro momento está na vontade da universidade em iniciar o processo de mudança, mesmo correndo o risco de fracassar e, em segundo, é dar continuidade ao círculo de realizações bem-sucedidas, durante um período longo de tempo, resistindo à tendência conservadora da universidade e de patrocinadores.

Quadro 1 – Notícias relacionadas a ações de empreendedorismo, inovação e parcerias na Unemat nos anos de 2016 e 2017.

Palavra-Chave	Assunto da notícia	Ano
E	Unemat é vencedora da 1ª MCE de Mato Grosso	2016
E	Docentes e técnicos da Unemat participam de formação em educação empreendedora	2016
E	MCE da Unemat tem início em Barra do Bugres	2016
E	Acadêmicos da Unemat vencem evento de empreendedorismo patrocinado pelo Google	2016
E	Resolução que regulamenta empresas juniores	2016
E	Criação e regulamentação de empresas juniores	2017
E	Programa MCE realiza lançamento oficial no dia 25	2017
E	NIT foca ações de empreendedorismo e educação criativa para 2017	2017
E	Startup S.O.S Universitários é lançada por equipe vencedora da MCE	2017
E	Unemat inicia segundo ano do Programa MCE com foco em startups de impacto social	2017
E	Unemat participa do Startup Weekend Sinop	2017
I	Unemat apresenta projetos do PT no Mato Grosso Criativo	2016
I	Unemat já desenvolve ações no PT de Mato Grosso	2016
I	Unemat promove MCE em parceria com Seciteci	2016
I	'Sai da fila' é a Startup vencedora da 1ª MCE Unemat	2016
I	Integrantes da Unemat conquistam 3º lugar e menção honrosa no Startup Weekend Sinop	2017
I	Unemat elabora projeto básico do PT de Mato Grosso	2017
I	Fapemat e Secitec assinam cooperação para construção do prédio da Inovação dentro do PT	2017
I	Servidores da Unemat participam de evento sobre cidades inteligentes	2017
I	Startup de acadêmico da Unemat é selecionada para o Inovativa Brasil	2017
P	Cientistas da Alemanha visitam a Unemat de Nova Xavantina para parceria	2016
P	Unemat firma parceria na realização da Feira Tecnológica Agrotec	2016
P	Governo de Mato Grosso estreita relações com Suíça	2017
P	NIT da Unemat participa da Conferência de Gestão de Tecnologia na Áustria	2017
P	Unemat e universidade americana iniciam parceria	2017
P	Unemat participa de oficina no Arizona	2017
P	Dirigentes da Unemat conhecem prédio sustentável do Sebrae e estreitam parcerias	2017

E: Empreendedorismo; I: Inovação; P: Parcerias; MCE: Maratona Células Empreendedoras; NIT: Núcleo de Inovação Tecnológica; PT: Parque Tecnológico;

Fonte: Autoria própria (2017), com base nas notícias encontradas no *website* da Unemat.

Tabela 1–Notícias agrupadas.

Tipo de Notícia (2016-2017)	Frequência	%
Empresas Juniores	2	7,41
Maratona de Células Empreendedoras	6	22,22
Núcleo de Inovação Tecnológica	2	7,41
Parcerias entre a Unemat e empresas e/ou outros países	5	18,52
Parque Tecnológico	4	14,81
Participação de cursos por docentes, técnicos e/ou alunos	3	11,11
Prêmios e seleções em eventos de empreendedorismo e inovação	5	18,52
Total Geral	27	100,00%

Fonte: Autoria própria (2017).

A fim de analisar o conteúdo das notícias encontradas, na Tabela 1 pode-se observar a partir o agrupamento por tipo de notícia divulgada pela instituição, bem como sua frequência absoluta e relativa. Dessa forma, no período de 2016 a 2017 a instituição divulgou, em maior número, notícias relacionadas à Maratona de Células Empreendedoras que se refere a um programa que tem como objetivo fomentar ações de criação e desenvolvimento de ecossistemas de educação empreendedora em faculdades, universidades, escolas técnicas e empresas. Dentre os destaques relacionados a este tema, está o prêmio de primeiro lugar recebido por estudantes da Unemat pelo desenvolvimento de um aplicativo na MCE.

Criar ferramentas estratégicas entre universidade, governo e empresários é primordial para esse novo ambiente de inovação. Destaca-se aqui que as parcerias que aparecem nos resultados, são relacionadas a instituições de ensino, pesquisa e extensão localizadas em outros países, nesse sentido, considera-se que podem propiciar a troca de conhecimento, bem como enviar ou receber pesquisadores e acadêmicos de graduação e pós-graduação, fortalecendo assim as ações de inovação em ambas as instituições. Já, eventos como a MCE e *Startup Weekend*, são realizados em parcerias com mentores do Brasil e do mundo, universidades públicas e privadas, estudantes de diferentes cursos e diferente faixa etária.

Pensando nessas cooperações, o parque tecnológico encontra-se em fase de ajustes para o início da construção do prédio da Unemat e deverá estar finalizada a obra até final do ano de 2018. Já pode ser considerado o espaço que pode contribuir para a experiência e experimentação dessas parcerias, pois é o ambiente que visa estimular a aplicação das pesquisas em parcerias entre instituições de ensino, empresários e governo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Nesse estudo, o objetivo foi identificar as principais ações de empreendedorismo realizados pela Unemat, que estão inseridas no contexto de universidade empreendedora da abordagem HT. A partir dos resultados foi possível identificar as seguintes ações: criação do Parque Tecnológico em parceria com a Secretária de Estado de Ciências, Tecnologia e Inovação – SECITEC\MT; criação do Núcleo de Inovação Tecnológica com atividades acontecendo na Arena Pantanal em Cuiabá; parcerias com instituições de ensino e pesquisa nacionais e internacionais; criação de incubadoras tecnológicas; criação de empresa júnior; eventos no intuito de fomentar o tema; formação de docentes para atuar em empreendedorismo; competições que visam à formação de um ambiente de empreendedorismo entre os estudantes de diferentes cursos e instituições e a oferta da disciplina de empreendedorismo em cursos de bacharelado.

Clark (2006) afirma que a mudança deve ocorrer gradativamente, experimentando e se adaptando, até que essa transformação se torne elemento de sustentação. Percebe-se que a Unemat tem buscado inserir-se no contexto HT, no entanto, como a instituição encontra-se no início do desenvolvimento das atividades voltadas para o empreendedorismo e inovação, não apresentam os resultados dessas ações para possível avaliação. Compreende-se que, para o alcance dessa cultura empreendedora, há vários desafios, e o principal está em conseguir alcançar a proposta de Etzkowitz (2013), que são as parcerias e interações constantes entre a universidade, as empresas e o governo, isto é, a continuidade de ações de inovação e empreendedorismo.

Também é necessário repensar o tipo de profissional que a instituição forma. Para isso, a HT propõe que em todos os cursos sejam ofertados a disciplina de empreendedorismo e que todos os estudantes tenham a capacidade de elaborar um plano de negócios, ou recentemente, substituído pelo modelo Canvas, ferramenta elaborada para criar e validar um modelo de negócios. Como os resultados apontam somente 4 cursos que ofertam a disciplina de empreendedorismo, mas que estes não fazem parte do núcleo comum (duro) da matriz curricular, destaca-se que, mesmo em cursos de Administração, pode não ocorrer a oferta da disciplina de empreendedorismo. Ainda, destaca-se que a parceria com instituições estrangeiras tem foco no agronegócio, portanto, é necessário que os cursos de agronomia e as engenharias sejam alvo de mudanças para criar o espaço e formação empreendedora necessária para as trocas entre as instituições, cursos e estudantes.

Quanto às limitações, considera-se que estão relacionadas à amplitude do tema da pesquisa, pois mesmo utilizando apenas três categorias para elencar e analisar as ações desenvolvidas pela universidade, cada ação pode ser considerada uma nova subcategoria de análise, formando novas categorias. Já, em relação aos PPCs não foi possível afirmar em que momento, e se realmente a disciplina de empreendedorismo é ofertada nos 4 (quatro) cursos. Em estudos futuros, sugere-se a inclusão de universidades que desenvolvem programas que visam o estímulo ao empreendedorismo, aprofundando a busca por modelos de ensino e outras ações que podem contribuir com instituições de ensino superior que desejam transformar-se em universidades empreendedoras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUDY, Jorge Luis Nicolas. Entre a tradição e a renovação: os desafios da universidade empreendedora. **Inovação e empreendedorismo na universidade = *Innovation and entrepreneurialism in the university***. (org. Jorge Luis Nicolas Audy e Marília Costa Morosini) Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, LDA, 2006.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei n. 10.973, de 02 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências, 2004.

_____. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (SNCTI). Disponível em: www.mct.gov.br. Acesso em 25 de maio de 2016.

BRANDÃO, F. C. **Programa de Apoio às Tecnologias Apropriadas – PTA**: avaliação de um programa de desenvolvimento tecnológico induzido pelo CNPq. Dissertação em mestrado sustentável – UnB, Brasília, 2001.

CLARK, Burton. Em busca da universidade empreendedora. **Inovação e empreendedorismo na universidade** = *Innovation and entrepreneurialism in the university*. (org. Jorge Luis Nicolas Audy e Marília Costa Morosini) Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

Cornell University, INSEAD, and WIPO (2017): **The Global Innovation Index 2017: Innovation Feeding the World, Ithaca, Fontainebleau, and Geneva**. Disponível em www.wipo.int. Acesso em 20 de junho de 2017.

DOSI, G.; PAVITT, K. & SOETE, L. **The economics of technical change and international trade**. London: Harvester Wheatsheaf, 1990.

ENDEAVOR BRASIL; SEBRAE. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras: 2016**. Disponível em www.endeavor.org.br. Acesso em 20 de junho de 2017.

ETZKOWITZ, Henry. **Hélice Tríplice: universidade – indústria-governo: inovação em movimento**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2013.

FREEMAN, Christoph. **Technology policy and economic performance**. Londres: Pinter Publishers London and New York, 1987.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**. Produção: ARTI e FINEP. 3. ed. 1997.

MINAYO, Maria. C. S. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria. C. S (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 4, pp. 731-747, Jul./Ago. 2011.

NIWA, Tiago Hideki. **O modelo da Hélice Tríplice em consonância com os arranjos produtivos locais das incubadoras tecnológicas: um estudo de caso nas IUTs da UTFPR**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Governança Pública, Curitiba, 2014.

ROCHA, Décio; DEUSDARÁ, Bruno. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **Alea** : Estudos Neolatinos. v.7, n.2, Rio de Janeiro, July/Dec. 2005.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de Conteúdo: Exemplo de Aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos. **ENPQ**, 2013.

ROSSA, Renata Massoli; GARCIA, Janaina Renata; LEZANA, AlvaroGuilhermo Rojas. A abordagem Hélice Tríplice nas relações entre Universidade-Indústria-Governo. Anais **SIMPOI**, 2013.

SCHREIBER, Dusan; BESSI, Vânia Gisele; PUFFAL, Daniel Pedro; TONDOLO, Vilmar Antônio Gonçalves. Posicionamento estratégico de MPE'S com base na inovação através do modelo Hélice Tríplice. **REAd**. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre) 2013, vol.19, n.3, pp. 767-795.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO. PROEG- Pró-reitoria de ensino de graduação – cursos de graduação. Disponível em www.portal.unemat.br. Acesso em 20 de março de 2017.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO. Multimídia - notícias. Disponível em www.portal.unemat.br. Acesso em 01 de julho de 2017.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.