



PUC-SP



# **Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior**

*Entrepreneurial Education: The Development of Social Entrepreneurship  
and Innovation in Higher Education Institutions*

Anna Gabriela Miranda de Oliveira<sup>1</sup>  
Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo<sup>2</sup>  
Cristiana Fernandes de Muylder<sup>3</sup>

## **Resumo**

Este estudo buscou identificar e analisar as ações praticadas por Instituições de Ensino Superior (IES) para o desenvolvimento da educação empreendedora com ênfase no empreendedorismo e inovação empresarial e social. A pesquisa de campo constituiu-se de entrevistas com professores envolvidos nos projetos das IES pesquisadas e questionários aplicados aos alunos concluintes do curso de Administração. As médias obtidas na pesquisa, e a baixa variabilidade relativa observada nos dados mostram que as IES tem alcançado certa consolidação do tema empreendedorismo com um reforço à concepção da inovação, encaminhando – ainda lentamente – para o desenvolvimento destes temas em seus modelos de ensino.

**Palavras-chave:** Educação Empreendedora, Empreendedorismo, Inovação.

## **Abstract**

*This study sought to identify and analyze the actions taken by Higher Education Institutions (HEIs) for the development of entrepreneurial education with emphasis on a entrepreneurship, business and social innovation. The field research consists of interviews with teachers involved in projects of research HEIs and a survey to the graduating students of Administration. The means obtained in the search, and low relative variability observed in the data show that HEIs has achieved some consolidation theme entrepreneurship with an enhanced design to innovation and forward – even slowly – to develop these themes in their teaching models.*

**Keyword:** *Entrepreneurial Education, Entrepreneurship, Innovation.*

<sup>1</sup> [anna.oliveira@mestrado.unihorizontes.br](mailto:anna.oliveira@mestrado.unihorizontes.br), Brasil. Mestre em Administração pela Faculdade Novos Horizontes – FNH. Rua Alvarenga Peixoto, 1270, Santo Agostinho, CEP: 30180-121 - Belo Horizonte, MG – Brasil.

<sup>2</sup> [lenemelo@unihorizontes.br](mailto:lenemelo@unihorizontes.br), Brasil. Professora da Faculdade Novos Horizontes – FNH. Doutora em Ciências das Organizações pela *Université Paris-Dauphine* (França). Rua Alvarenga Peixoto, 1270, Santo Agostinho, CEP: 30180-121 - Belo Horizonte, MG – Brasil.

<sup>3</sup> [cristiana.muylder@fumec.br](mailto:cristiana.muylder@fumec.br), Brasil. Professora da Fundação Mineira de Educação e Cultura – FUMEC. Doutora em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa – UFV. Av. Afonso Pena, 3880, Cruzeiro, CEP: 30130-009 - Belo Horizonte, MG – Brasil.

Recebido em 21.11.2012

Aprovado em 09.11.2015



## Introdução

Atualmente, observa-se a crescente necessidade de acompanhar as mudanças do mundo do trabalho, que passou a demandar profissionais com capacidade para se adaptar às mais diversas condições de mercado e empregar sua força de trabalho de forma flexível, multifuncional e em novos campos do saber, da prática organizacional e social. Em especial, passou-se a demandar dos administradores uma formação profissional abrangente e generalista, que forneça suporte para lidar com os diversos recursos disponíveis na organização e na sociedade, sejam eles materiais, tecnológicos, financeiros ou de pessoal, saber utilizar informações como matéria prima para a tomada de decisão, além de novas habilidades com novas atitudes profissionais. (SARAIVA; SOUZA, 2009).

Martens e Freitas (2006, p. 1) observam que, de um modo geral, as Instituições de Ensino Superior (IES), tradicionalmente, preparavam seus discentes para um mercado de trabalho formal, que vem se alterando em função da dinâmica dos próprios mercados inseridos em uma economia dinâmica, globalizada e com avanços tecnológicos cada vez mais rápidos. Junto com estas mudanças, verificou-se a inserção do tema empreendedorismo nos currículos dos cursos de Administração, bem como de outras áreas do conhecimento, com o objetivo de desenvolver a capacidade empreendedora dos estudantes, como “suporte ao desenvolvimento de novas e inovadoras atividades, buscando assim a geração de novas fontes de emprego e renda e o consequente desenvolvimento local e regional”.

Para Henrique e Cunha (2006, p. 2) a inserção do empreendedorismo nos cursos de Administração poderia gerar para o mercado “pessoas arquitetadas de conhecimentos para estar aptos a abrir um negócio, um empreendimento, assim como buscar inovações dentro das empresas em que trabalham, atuando como intraempreendedores, e contribuindo para a contínua inserção e sobrevivência das organizações dentro de ambientes cada dia mais complexos”. Assim, o ensino superior deveria considerar o desenvolvimento das competências empreendedoras e a disseminação da cultura empreendedora como fatores estratégicos no sentido de possibilitar a inserção deste aluno no mercado de trabalho e até mesmo sua contribuição para a sustentabilidade das pequenas empresas (SOUZA et al., 2006). Além disso, como



lembra Aiub (2002), a educação empreendedora proporciona aos alunos o espaço de estímulo ao desenvolvimento de suas competências e, conseqüentemente, da possibilidade do auto emprego.

Neste contexto, as IES têm uma função social muito importante de gerar novos conhecimentos e aprimorar a prática existente, introduzindo valores na sociedade que possam incentivar e formar empreendedores por meio dos processos educacionais. O curso de Administração, portanto, consiste em um veículo de preparação de profissionais com capacidade para enfrentar as instabilidades do mercado e responder com eficiência às demandas das organizações (SCHUCH JÚNIOR et al., 2011). Para isto, as IES necessitam renovar constantemente seus projetos pedagógicos utilizando de novas tecnologias e metodologias para o avanço do conhecimento (SOUZA et al, 2006). E mais do que isso, levar os alunos a pensarem e avaliarem possibilidades alternativas para os diversos segmentos do campo da administração.

Nos últimos anos, os cursos de graduação e pós-graduação stricto sensu em Administração têm sido responsáveis por formar um grande número de profissionais no país, exigindo uma reflexão sobre o padrão de qualidade e sobre os desafios existentes para estudantes, professores e gestores dos cursos desta área. De acordo com os dados da Sinopse da Educação Superior de 2013 (INEP, 2015), foram 800.144 matrículas no curso de Administração, representando cerca de 11% do total de 7.305.977 matrículas em cursos superiores no país.

Com este quadro, este estudo tem por objetivo identificar e analisar as ações praticadas por Instituições de Ensino Superior (IES) para o desenvolvimento da educação empreendedora com ênfase no empreendedorismo e inovação empresarial e social. As quatro Instituições selecionadas para a pesquisa são integrantes de uma rede do Projeto Pró-Administração, financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Para atingir tal objetivo buscou-se analisar as percepções dos alunos e professores com relação às ações praticadas para o desenvolvimento da educação empreendedora. Dentro deste tema, este estudo destacou mais especificamente o empreendedorismo e inovação empresarial e social nas Instituições pesquisadas, e ainda, buscou compreender a importância de uma formação



que promova a conscientização, o conhecimento e o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação junto aos alunos destas Instituições.

Além disso, considera-se a importância do empreendedorismo como fator gerador de renda na sociedade, conforme dados apresentados pelo relatório GEM 2015 – Global Entrepreneurship Monitor, que aponta que, em 2015, o Brasil possuía 17,2% de empreendedores iniciais entre a população adulta considerada entre 18 e 64 anos. Sobre as percepções em relação à atividade empreendedora, o relatório aponta que 55,5% dos respondentes empreendedores percebem as oportunidades, 50% percebem suas capacidades e 24,5% de respondentes não empreendedores possuem intenção de empreender.

Além desta introdução, este artigo está dividido em mais cinco seções: o referencial teórico, onde se encontra uma revisão dos principais conceitos sobre o tema; a apresentação das Instituições pesquisadas; a metodologia, que aborda a condução deste estudo; a apresentação e análise dos dados e as considerações finais, seguidas das referências bibliográficas.

## Referencial Teórico

Esse artigo está ancorado em três eixos teóricos: empreendedorismo, inovação e características empreendedoras; educação empreendedora; e empreendedorismo e inovação social. Para a compreensão do fenômeno do empreendedorismo foram traçadas considerações teóricas sobre suas dimensões conceituais, as características do empreendedor, o empreendedorismo e a inovação. Sobre educação empreendedora, buscou-se apresentar suas definições, características, objetivos e importância para a formação do administrador. Já no eixo sobre empreendedorismo e inovação social, é exposta uma discussão sobre alguns dos principais conceitos e abordagens relevantes que completa a reflexão a respeito da educação empreendedora.

## Empreendedorismo, Inovação e Características Empreendedoras

O termo empreendedorismo deriva da palavra francesa *entrepreneur*, que traduzida literalmente significa “aquele que está entre” ou “intermediário”, ou mesmo, segundo Sarkar (2007, p. 42) pode assumir o significado de “estar no mercado entre o



fornecedor e o consumidor”. Para Hisrich e Peters (2004, p. 29) o empreendedorismo consiste em um “processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”, além de cooperar com o desenvolvimento econômico social.

Schumpeter (1961) atrelou a concepção da inovação ao conceito do empreendedorismo, definindo a inovação como a atividade de transformação de um elemento já inventado em um elemento comercialmente útil, que venha a ser aceito por um mercado. Para o autor, inovação pode ocorrer por um novo produto ou processo, pelo uso de novas matérias primas, uma nova forma de organização, ou uma reorganização de processos com novos produtos. Ao criar o termo “destruição criadora” ele o relacionou à evolução das ciências e tecnologias em busca de avanços onde, às vezes, há necessidade de se destruir o velho para construir o novo e atingir um novo nicho de mercado, e, assim, manter o desenvolvimento econômico. Schumpeter (1961) considerou a inovação como um desvio do comportamento rotineiro e, portanto, perturbadora de um suposto equilíbrio. Assim, o desenvolvimento entre um ponto de equilíbrio e outro estaria baseado na inovação tecnológica e seria a origem do lucro, quebrando a concorrência perfeita, criando novas ofertas de produtos ou serviços.

Inovação sempre esteve presente nos estudos e proposições para o processo administrativo. Drucker (1986, p. 25) afirma que a inovação é “um instrumento específico dos empreendedores” por meio do qual eles identificam a mudança como uma oportunidade para novos negócios, produtos ou serviços e, nos conceitos atuais, novos usos da tecnologia para o sistema produtivo. Para o autor, os empreendedores precisam buscar as fontes de inovação, as mudanças e os sintomas “que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito”. O autor complementa que a inovação é o ato que “contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza” (DRUCKER, 1986, p. 39). Ou seja, a inovação é tão essencial à ação administrativa e empresarial como os recursos racionais propostos para a funcionalidade gerencial.

Tigre (2006, p. 131) afirma que, atualmente, as organizações são obrigadas a se tornarem cada vez mais flexíveis e inovadoras em função da necessidade de lidar com as “turbulências associadas à fragmentação dos mercados e aos novos desafios competitivos

impostos pela globalização”. Deste modo, torna-se necessário ao administrador desenvolver características proativas e empreendedoras de modo a agregar valor à sua própria força de trabalho e ainda, a atender às demandas das organizações (MELLO; LEÃO; PAIVA JUNIOR, 2006).

McClelland (1972) fundamentou sua teoria na motivação psicológica, baseada nas necessidades de realização, de afiliação e de poder, propondo as dez características do comportamento empreendedor, conforme Quadro 1.

**Quadro 1 – Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's).**

<b>Necessidade de Realização</b>	
Busca de oportunidades e Iniciativa	O indivíduo se antecipa aos fatos; aproveita e cria novas oportunidades de negócios.
Persistência	Enfrenta os desafios e obstáculos de forma decidida.
Exigência de qualidade e eficiência	Procura a melhor forma de fazer as coisas, de um modo mais rápido, ou mais barato, com alto padrão de qualidade, buscando a excelência.
Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e procedimentos para alcançar o sucesso, mantém confiança em sua própria capacidade.
<b>Planejamento e resolução de Problemas</b>	
Correr riscos calculados	Capacidade de avaliar e assumir desafios ou riscos moderados e responder por eles.
Estabelecimento de metas	Capacidade de estabelecer metas claras e mensuráveis, para curto e longo prazo.
Busca de informações	Busca pessoalmente as informações que necessita
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Planeja e acompanha sistematicamente as atividades e etapas de seu planejamento a fim de atingir as metas e objetivos propostos, observando as variáveis que possam influenciar no processo.
<b>Influência</b>	
Persuasão e redes de contatos	Capacidade de influenciar e persuadir pessoas utilizando sua rede de contatos para desenvolver e manter relações comerciais.
Comprometimento	Não mede esforços para completar uma tarefa; colabora com os empregados e trabalha para satisfazer seus clientes.

**Fonte:** Adaptado de McClelland (1972).

A necessidade de realização consiste em o indivíduo precisar pôr à prova seus limites, sua capacidade e realizar aquilo a que se propõe. O autor afirma que a motivação de realização é, em parte, responsável pelo crescimento econômico. A necessidade de afiliação se identifica pela preocupação em criar, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas. Já a necessidade de poder se caracteriza pela preocupação em exercer autoridade e influência sobre os outros. Os estudos de McClelland (1972) mostraram que a necessidade de realização é a primeira identificada

entre os empreendedores bem sucedidos (FONSECA; DE MUYLDER, 2010). Para ele, essa é a necessidade que impulsiona as pessoas a iniciar e construir um empreendimento. Entretanto, o autor considera que pode existir alternância entre essas necessidades de acordo com o momento de vida do empreendedor.

O modelo proposto pelo autor sofreu diversas críticas, dentre elas, o fato de ter gerado contradições a respeito de um perfil psicológico ideal do empreendedor, que levaria seu empreendimento ao sucesso. Outras questões são apontadas, como o fato de a pesquisa de McClelland não ter sido focada em criação e gerência de negócios, e o fato de o autor ter tentado explicar o desenvolvimento da sociedade, por meio da necessidade de realização e a necessidade de poder, desconsiderando outros fatores desse processo, o que acabou por limitar seus resultados (HONMA, 2007). Ainda assim, o modelo de McClelland tem sido amplamente utilizado como referência para pesquisas sobre o tema.

### Educação Empreendedora

As dinâmicas mudanças no mercado e no mundo do trabalho têm exigido dos indivíduos características e competências antes não demandadas e que, atualmente, precisam ser desenvolvidas para o desempenho requerido pelas organizações. Para tal, observa-se a importância da educação empreendedora nos currículos de diversos cursos, e mais especificamente no curso de Administração.

No Brasil, o ensino do empreendedorismo passou a ser explorado nos cursos de Administração na década de 80, pela Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo. Nos Estados Unidos, o primeiro curso de empreendedorismo foi ministrado em 1947, pela Harvard, com o objetivo de qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o auto emprego, bem como para a criação de oportunidades de trabalho. Porém, somente a partir da década de 70 tais cursos passaram a configurar nos currículos das universidades, como resposta às mudanças econômicas e de mercado (CRUZ JUNIOR *et al*, 2006; HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Para Andrade e Torkomian (2001, p.3) educação empreendedora consiste no processo de desenvolvimento do ser humano na esfera da “identificação e aproveitamento de oportunidades e sua posterior transformação em realidade,



contribuindo assim para a geração de valores financeiros, sociais e culturais para a sociedade na qual o ser humano está inserido”.

Para os autores, a educação empreendedora pode se dar por diversas formas ou estágios, sendo elas: atividades isoladas, que compreendem ações informais demandadas pelos alunos ou empreendidas por professores como informações sobre criação de empresas e tendências de mercado; disciplinas específicas eletivas ou obrigatórias, constituindo-se de uma ação formal no contexto do curso com o objetivo de inserir o empreendedorismo na formação dos alunos; a criação da cultura empreendedora nas disciplinas do curso de graduação, que consiste no direcionamento das atividades desenvolvidas em diversas disciplinas do curso para a concepção de uma cultura que possibilite e estimule o empreendedorismo junto aos alunos; e o centro de empreendedorismo, estágio caracterizado por um alto grau de envolvimento da instituição para o estímulo à cultura empreendedora com a criação de incubadoras de empresas, e empresa júnior, dentre outras ações, criando pontes entre as universidades e as empresas, possibilitando vivências e experiências enriquecedoras para os alunos (ANDRADE; TORKOMIAN, 2001, p.3 e 4).

Martens e Freitas (2008) elencam algumas ferramentas de aprendizagem que devem figurar entre as ações para o desenvolvimento da educação empreendedora, dentre elas: a construção de planos de negócios, realização de contatos com empresas, conversas formais ou informais com empreendedores, simulações computacionais e comportamentais, entrevistas com empreendedores em seus ambientes de negócios, o acesso à história de vida de empreendedores, visitas de campo, e até mesmo o uso de vídeos e filmes como recursos pedagógicos. São múltiplos os meios e as possibilidades de executar a educação empreendedora, o que pode ser visto segundo uma concepção formalizada.

Andrade e Torkomian (2001, p.3) definem os programas de educação empreendedora como a “estruturação, no tempo, de diversas atividades que tem por objetivo promover o desenvolvimento do espírito empreendedor em seus participantes”.

Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) reforçam a diferenciação entre a formação em Administração e a educação empreendedora. Enquanto uma está centrada na gestão de negócios, o cerne da educação empreendedora está em criar uma empresa ou um

novo negócio, devendo focar em negociação, liderança, desenvolvimento de novos produtos ou serviços, criatividade e inovação tecnológica, dentre outros aspectos.

Henrique e Cunha (2008) corroboram Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) ao afirmar que a educação empreendedora possibilitaria a formação de profissionais prontos não apenas para gerenciar grandes corporações, mas indivíduos imbuídos de conhecimentos e habilitados para a criação e novos negócios, bem como a inovação dentro de organizações já constituídas, tendo capacidade não somente de criar, mas também de gerenciar e conduzir negócios em ambientes tão complexos quanto os mercados atuais.

De acordo com Souza *et al.* (2006), desenvolver o perfil empreendedor no aluno é capacitá-lo para a criação, condução e implementação do processo criativo proporcionando a oportunidade de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, transformando-se, deste modo, no ator responsável pelo seu desenvolvimento pessoal, bem como de sua organização.

Martens e Freitas (2008, p. 78) defendem que “a disseminação do empreendedorismo é vista muito mais como processo de formação de atitudes e características do que como forma de transmissão de conhecimento”. Os autores afirmam que auto aprendizado, sendo realizado em um ambiente propício, torna-se um elemento fundamental para o sucesso da educação empreendedora. Pois a educação empreendedora se apoia na socialização empreendedora.

Nesse sentido, Cunha (2004) alerta para a importância do posicionamento do corpo docente e das IES no sentido de utilizar dos diversos métodos de ensino disponíveis, como estratégias para possibilitar o desenvolvimento das competências e capacidades dos alunos no direcionamento das atitudes empreendedoras para uma efetiva formação empreendedora.

Além do desenvolvimento do empreendedorismo tradicional, voltado para a criação, abertura e gestão de novos negócios, a educação empreendedora deve abranger o empreendedorismo e a inovação social, que possuem foco em alcançar também resultados e benefícios que contribuam com a esfera social, econômica e cultural.

## Empreendedorismo e Inovação Social

Segundo Rodrigues (2006, p. 7) a inovação social consiste em “novas formas de fazer as coisas com o fim explícito de rearranjar os papéis sociais ou de dar outras respostas para situações sociais insatisfatórias e problemáticas”. A autora afirma que não se trata de um conceito restrito ao terceiro setor, mas há maior disposição para ela em organizações sem fins lucrativos. Di Domenico, Haugh e Tracey (2010) enfatizam que as empresas sociais podem ser orientadas para o mercado, com interesses e atividades comerciais, porém, com a finalidade de alcançar benefícios comunitários. Para os autores, nesse tipo de organização, seus resultados sociais são mais significativos que seu desempenho econômico.

O empreendedorismo social se distingue do empreendedorismo “tradicional” por, basicamente, quatro características: falha de mercado: o empreendedorismo social preenche as lacunas que são deixadas pelas empresas dos setores tradicionais da economia; missão: o empreendimento social tem como missão principal a criação de valor social, enquanto os demais empreendimentos concentram-se na geração de lucros; mobilização de recursos: o empreendedor social encontra mais dificuldades em obter recursos financeiros e humanos, pelo fato de ter “ofertas menos competitivas aos possíveis financiadores ou empregados”; e a medida de desempenho: não apresenta ainda medidas bem quantificadas como os demais empreendimentos, pois seus resultados não são expressos apenas nos lucros da empresa (RIBEIRO; VELOSO; VIEIRA, 2009, p.3).

A noção schumpeteriana de empreendedorismo também pode ser aplicada na área social. A diferença reside no fato de que os parâmetros para a avaliação do sucesso do empreendimento devem considerar a capacidade de transformação social dos projetos. A literatura aponta que o que diferencia o empreendedor social do tradicional é a missão social de seus projetos, é o compromisso com a criação de valor social (AIDAR, 2007; FAMINOW, CARTER, LUNDY, 2009; RIBEIRO, VELOSO, VIEIRA, 2009; DACIN, DACIN, MATEAR, 2010). Confirmando esta ideia, Parkinson e Howort (2008) expõe que o empreendedor social combina o espírito empresarial com o compromisso de trazer um retorno para a sociedade.



Melo Neto e Froes (2002, p. 9) defendem que empreendedores sociais “são pessoas que trazem aos problemas sociais a mesma imaginação que os empreendedores do mundo dos negócios trazem à criação de riqueza”. Os empreendedores sociais transformam ideais em realidade na vida das pessoas e comunidades em vulnerabilidade econômica e social, transformando o ambiente a que pertencem e “justificando o empreendedorismo como um verdadeiro agente de mudanças” (LEITE; ABRANCHES; DIAS, 2009, p. 2-3), com impacto no empreendedorismo empresarial.

Os autores Martin e Osberg (2007) definem que o empreendedorismo social emerge a partir da: (1) identificação de uma situação geradora de exclusão e marginalização de uma parcela da sociedade, necessitando de recursos financeiros ou influência política para alcançar qualquer benefício transformador para sua própria condição; (2) identificação de uma oportunidade para uma proposição de valor social, e trazendo à tona a inspiração, criatividade, ação direta, coragem e força, em prol de efetivamente mobilizar a mudança no cenário identificado; e (3) estabelecer um novo equilíbrio na comunidade com o objetivo de garantir um futuro melhor para o grupo alvo e até mesmo para a sociedade em geral.

Pode-se dizer que a inovação social está presente de diversas maneiras nas parcerias e atividades acadêmico-científicas. Segundo Fischer e Melo (2006), a prática de residência social, enquanto atividade de aprendizagem, contribui para a formação de estudantes/gestores sociais e, conseqüentemente, para o desenvolvimento do país. A ideia da residência social é complementar a formação acadêmica com a vivência profissional de forma intensiva. A prática pressupõe inserção do sujeito que investiga numa realidade que lhe é desconhecida num primeiro momento, e que, a partir da convivência cotidiana da vida (social, política, econômica, cultural) daquela realidade objeto do estudo (podendo ser uma comunidade, uma organização, um programa ou projeto) que o cientista social construirá este saber.

Schommer e França Filho (2006, p. 63), definem as comunidades de prática como “grupos de praticantes que compartilham objetivos e desafios, interagem regularmente, aprendem pelos outros e com os outros, e desenvolvem habilidades para lidar com tais desafios e atingir objetivos”. Para os autores, na abordagem das comunidades de prática, a aprendizagem é concebida como resultado da interação entre



as pessoas que se manifesta nos comportamentos cotidianos e reúne as atividades de estágio, consultoria e pesquisa social tornando-se exemplo de integração do trinômio ensino, pesquisa e extensão envolvendo estudantes de graduação e pós-graduação ao cotidiano de organizações e projetos.

Percebe-se, assim, um novo olhar sobre o empreendedorismo, com novas áreas para atuação, mas também com novos desafios, novas demandas e novas exigências para a compreensão e análise dessa prática social e organizacional. Ribeiro, Veloso e Vieira (2009) chamam a atenção para a necessidade de criar uma maior integração entre as atividades teóricas e práticas no ensino do empreendedorismo promovendo melhores resultados em termos de conhecimento e desenvolvimento de competências empreendedoras nos estudantes em todos os níveis e, principalmente, no Ensino Superior.

Melo *et al.* (2010) defendem que tal integração desempenha um importante papel socioeconômico, consistindo em um “espaço ideal para o desempenho do empreendedorismo”, promovendo a geração de novos empregos, melhoria na renda, e o aumento da demanda por recursos públicos.

### **As Instituições da Rede Pró-Administração Estudadas**

A rede pesquisada foi estabelecida a partir do Edital Pró-Administração nº 09/2008, financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, com a aprovação do projeto “Novas tecnologias e sua aplicação na integração e melhoria do ensino de graduação e pós-graduação *stricto sensu*: novos patamares para instituições em rede”. O projeto teve por objetivo central: integrar e melhorar a qualidade do ensino de graduação e pós-graduação das instituições participantes da rede formada pelas Universidades Federais de Lavras, Uberlândia e Goiás, e a Faculdade Novos Horizontes, com o apoio das novas tecnologias de informação e comunicação. Esta pesquisa fez parte da quarta área temática, Formação para empreendedorismo, que prevê o desenvolvimento de pesquisas sobre as ações para o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação empresarial e social nas Instituições participantes da rede. A seguir, apresenta-se uma breve caracterização das IES.



### **Universidade Federal de Lavras**

A Instituição foi fundada em 1908 pelo Dr. Samuel Rhea Gammon, na época denominada Escola Agrícola de Lavras, depois Escola Superior de Agricultura de Lavras (1938) que, após ser federalizada em 1964, tornou-se a Universidade Federal de Lavras (UFLA). De acordo com o site da UFLA, atualmente são 17 departamentos didático-científicos, 30 cursos de graduação, e mais de 5.600 estudantes graduandos. Na pós-graduação, são cerca de 1.500 matriculados em 20 cursos de mestrado e 18 de doutorado.

### **Universidade Federal de Uberlândia**

De acordo com o site da Instituição, a Universidade Federal de Uberlândia (UFU) foi criada em 1969, a partir de faculdades isoladas e foi federalizada em 1978. Prieto (2009) afirma que, no fim dos anos 60, as IES públicas e privadas da cidade foram agrupadas formando a UnU (Universidade de Uberlândia), posteriormente federalizada e consolidada como instituição de relevância acadêmica, expandindo o número de cursos e vagas e ajudando a tornar Uberlândia uma cidade universitária. Atualmente, a Universidade oferece 60 cursos de graduação, 23 de mestrado, 14 de doutorado, 30 cursos de especialização e 110 de extensão.

### **Faculdade Novos Horizontes**

O Instituto Novos Horizontes de Ensino Superior e Pesquisa, mantenedora da Faculdade Novos Horizontes, foi fundado em 1999 por um grupo de professores oriundos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Em 2001, a Faculdade Novos Horizontes (FNH) iniciou suas atividades com os cursos de Administração e Ciências Contábeis. Atualmente, a Faculdade Novos Horizontes possui três unidades – Santo Agostinho I e II e Barreiro – ofertando também os cursos de Engenharia Civil e de Produção, Direito, Serviço Social, Tecnólogos em Gestão Comercial, Gestão de Cooperativas, Gestão da Qualidade e Gestão da Segurança Privada. Na pós-graduação, oferece MBAs em diversas áreas, além do Programa de Mestrado Acadêmico em Administração com cerca de 460 dissertações defendidas.



## Universidade Federal de Goiás

A Universidade Federal de Goiás foi fundada em 1960 integrando cinco escolas superiores que existiam em Goiânia: a Faculdade de Direito, a Faculdade de Farmácia e Odontologia, a Escola de Engenharia, o Conservatório de Música e a Faculdade de Medicina. A partir daí, o estado passou a independe de mão-de-obra qualificada vinda de outras regiões do país, trazendo uma maior oportunidade de formação profissional em uma instituição pública, gratuita e de qualidade. Segundo dados do Relatório UFG em números (2010), em 2009, a UFG possuía 16.233 alunos nos 41 cursos de graduação, 1.521 alunos nos Programas de Mestrado, 570 nos Programas de Doutorado, além dos cursos de especialização e extensão.

## Metodologia

Este estudo de caso trata-se de uma pesquisa que utilizou as abordagens qualitativa e quantitativa, buscando identificar e analisar as ações praticadas por Instituições de Ensino Superior (IES) para o desenvolvimento da educação empreendedora com ênfase no empreendedorismo e inovação empresarial e social nas Instituições pesquisadas, por meio do estudo de caso e da pesquisa descritiva.

Para Yin (2005) o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, neste caso, aplicado às IES. As características principais de um estudo de caso são a capacidade de lidar com uma variedade de evidências, documentos, artefatos, entrevistas e observações. Segundo Gil (2002, p. 54) “o estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”. De acordo com Gil (1999), a pesquisa descritiva tem como objetivo estudar as características de um determinado grupo de sujeitos, podendo levantar opiniões, atitudes e crenças destes.

A pesquisa de campo foi realizada em duas etapas: a primeira, constituída de entrevistas não estruturadas com nove dos professores dos cursos de Administração que estão diretamente envolvidos nos projetos das Instituições pesquisadas, com o objetivo de obter informações sobre as ações adotadas pelas mesmas para o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação empresarial e social. De acordo com Colauto e Beuren



(2006), as entrevistas não estruturadas podem ser respondidas em ambientes de conversação informal, dando liberdade ao entrevistado de desenvolver o tema na direção que considera mais adequada e assim possibilita uma exploração mais ampla das questões levantadas.

Após essa etapa, buscou-se alcançar os alunos concluintes dos cursos de Administração das IES pesquisadas para levantar suas percepções acerca destas ações, por meio de um questionário. Esse questionário foi estruturado da seguinte forma: a primeira parte se destinou a identificar quais as ações desenvolvidas pelas IES no conhecimento dos alunos e ainda quais delas os mesmos participaram em algum momento do curso. A segunda parte se constituiu de uma série de 25 assertivas com a utilização de uma Escala Likert.

A Escala utilizada foi a não forçada que, de acordo com Malhotra (2011) dá ao respondente maior liberdade de resposta, já que disponibiliza a opção “sem opinião”. As assertivas foram construídas de 1 a 10 com base nas características do perfil do empreendedor delineadas por McClelland; de 11 a 14 baseadas nas características de inovação propostas por Drucker; de 15 a 17, com base nos conceitos de inovação social trabalhados por Fischer; e de 18 a 25 foram formuladas no intuito de compreender a percepção dos alunos sobre a importância dessas ações para a formação profissional dos mesmos.

A terceira e última parte do questionário apresentou três perguntas solicitando a opinião dos alunos sobre as ações eles consideravam necessárias às suas respectivas IES para promover o empreendedorismo, a inovação empresarial e a inovação social. Os dados obtidos na segunda etapa da pesquisa foram tabulados e analisados com o auxílio de planilha eletrônica Microsoft Office Excel utilizando a análise descritiva simples. Para Colauto e Beuren (2006), a análise descritiva preocupa-se, fundamentalmente, em descobrir características do fenômeno e, para tanto, vale-se de técnicas estatísticas como o cálculo do percentual, média e desvio padrão, dentre outras para analisar dados e fornecer suporte às inferências do pesquisador.

Como apresentado, os sujeitos da pesquisa foram os professores e alunos do curso de Administração das quatro Instituições pesquisadas, constituindo um total de 9 entrevistas e 134 questionários respondidos por alunos, sendo: 35 respondentes da

Universidade Federal de Lavras; 32 da Universidade Federal de Uberlândia; 42 da Faculdade Novos Horizontes e 25 alunos respondentes do Campus de Catalão da Universidade Federal de Goiás. Os dados secundários foram obtidos em sites institucionais, relatórios e documentos destas Instituições.

## Apresentação e Análise de Resultados

As ações direcionadas à educação empreendedora praticadas pelas IES pesquisadas identificadas na pesquisa foram: Disciplinas sobre empreendedorismo; Disciplinas sobre inovação; Empresa Júnior; Consultoria Júnior; Projetos de extensão com foco social; Incubadora de empresas; Incubadora de economia solidária; Outros projetos sociais; Jogos de empresas e Empresas Simuladas, como mostra a Tabela 1.

**Tabela 1** – Ações desenvolvidas pelas IES pesquisadas.

Ações/Instituições	UFLA	UFU	FNH	UFG
Disciplinas sobre empreendedorismo	X	X	X	X
Disciplinas sobre inovação	X		X	X
Empresa Júnior	X	X		X
Consultoria Júnior	X	X		X
Projetos de extensão com foco social	X	X		X
Incubadora de empresas	X	X		X
Incubadora de economia solidária	X	X		
Outros projetos sociais		X	X	X
Jogos de empresas			X	X
Empresas Simuladas	X	X	X	

**Fonte:** Dados oriundos da pesquisa.

A primeira parte dos questionários direcionados aos alunos teve o objetivo de identificar quais as ações desenvolvidas pelas IES os alunos conhecem, e ainda, quais delas os mesmos participaram em algum momento do curso. Nesta primeira parte, os dados apontaram que algumas ações desenvolvidas pelas IES ainda são novas e pouco conhecidas pelos alunos, isso poderia explicar o baixo envolvimento dos mesmos em tais ações, como por exemplo, a Incubadora de empresas do Campus de Catalão da Universidade Federal de Goiás, que passou a operar apenas em meados de 2011, sendo ainda desconhecida por muitos alunos.

Em relação à segunda parte do questionário, que compreende a Escala Likert, as afirmativas foram agrupadas pelos temas propostos. As dez primeiras afirmativas estão

relacionadas Características Comportamentais do Empreendedor segundo McClelland (1972). A Tab. 2 apresenta a média e o desvio padrão para estas afirmativas. A partir dos dados, observa-se que os alunos têm uma percepção positiva em relação ao estímulo provocado pelas ações desenvolvidas pelas IES para o desenvolvimento do empreendedorismo. As maiores médias alcançadas foram obtidas pela UFLA e FNH. As características que mais se destacam são o estímulo ao comprometimento e a busca de informações. Essas afirmativas geraram percentuais de frequências absolutas de até 94% de respondentes que concordam que tais ações estimulam o desenvolvimento destas características.

**Tabela 2** - Média e Desvio Padrão para afirmativas relacionadas às Características Comportamentais Empreendedoras de McClelland (1972).

Afirmativa	UFLA	UFU	FNH	UFG
Estimulam a busca de oportunidades de negócios	3,11 (1,21)	2,84 (1,21)	3,61 (1,14)	3,21 (1,18)
Estimulam a execução de tarefas com qualidade e eficiência	4,20 (0,87)	3,53 (1,08)	4,00 (0,96)	3,48 (1,00)
Estimulam a capacidade para correr riscos calculados	3,77 (0,97)	2,97 (1,18)	3,54 (1,12)	3,28 (1,10)
Estimulam a persistência	3,91 (0,92)	3,25 (1,11)	3,52 (1,27)	3,21 (0,98)
Estimulam o comprometimento	4,34 (0,64)	3,66 (0,94)	4,02 (1,04)	3,80 (0,96)
Estimulam a busca de informações	4,37 (0,77)	3,97 (1,03)	4,12 (0,95)	4,00 (0,96)
Estimulam a estabelecer metas	4,17 (0,82)	3,58 (1,06)	3,81 (1,06)	3,68 (0,95)
Estimulam o planejamento e monitoramento sistemáticos	4,00 (0,94)	3,19 (1,01)	3,64 (1,16)	3,56 (0,96)
Estimulam o desenvolvimento da capacidade de persuasão e de formação de redes de contatos	4,14 (1,06)	3,25 (1,14)	3,93 (0,89)	3,36 (1,25)
Estimulam a independência e autoconfiança	3,83 (1,01)	3,03 (1,15)	3,81 (1,11)	3,44 (1,23)

**Fonte:** Dados oriundos da pesquisa.

No caso da UFU, os maiores percentuais foram relativos ao estímulo a execução de tarefas com qualidade e eficiência (62%), ao estabelecimento de metas (64%) e à busca de informações (75%). O caso da UFG, os maiores escores pertencem às características: execução de tarefas com qualidade e eficiência (68%), estabelecimento de metas (68%), comprometimento (72%), e a busca de informações (84%). Pode-se observar que as características percebidas pelos alunos como as mais estimuladas, são praticamente as mesmas, o que induz a pensar que são as características mais trabalhadas a partir dos moldes de ensino praticados pelas IES pesquisadas, através de suas disciplinas, nas grades curriculares e nas atividades extracurriculares e complementares.

Sobre a dimensão da inovação, a FNH apresentou as maiores médias segundo a percepção dos alunos, como se pode observar na Tab. 3. Estes resultados refletem a presença de um Projeto Pedagógico que propicia tais estímulos por meio das disciplinas ofertadas relacionadas ao tema, jogos de empresas, empresas simuladas e demais projetos sociais, uma vez que trata-se de uma Instituição relativamente nova, que ainda não possui atividades como as incubadoras, como no caso das IES públicas pesquisadas.

No caso da UFLA e da UFG, o aspecto mais citado foi a “compreensão do desafio que consiste a atividade inovadora”, com 74% e 80% respectivamente. Entretanto, todas as IES apresentaram médias consideráveis para os estímulos à criatividade para novos produtos ou serviços, e inovação em processos dentro da organização. Esses dados mostram que, é possível que haja uma tendência em dar maior ênfase a estes tipos de inovação nos cursos pesquisados. Mesmo porque, há que se considerar que a inovação em empreendimentos sociais ainda é um tema novo e pouco explorado, que futuramente, tenderá a ser melhor trabalhado nos cursos de Administração.

**Tabela 3** – Média e Desvio Padrão para afirmativas relacionadas à Inovação segundo Drucker (1986).

Afirmativa	UFLA	UFU	FNH	UFG
Estimulam a criatividade para novos produtos ou serviços	3,43 (0,98)	3,45 (1,15)	3,76 (1,21)	3,48 (1,00)
Estimulam a inovação em processos dentro da organização	3,66 (1,11)	3,09 (1,15)	3,78 (1,23)	3,64 (1,04)
Estimulam a inovação em empreendimentos sociais	3,26 (1,02)	2,69 (1,15)	3,32 (1,25)	3,24 (1,05)
Estimulam a compreensão do desafio que consiste a atividade inovadora	3,71 (1,02)	2,88 (1,04)	3,74 (1,21)	3,80 (1,04)

**Fonte:** Dados oriundos da pesquisa.

Para as afirmativas relacionadas ao conceito de Inovação Social de Fischer e Melo (2006), os dados (Tab. 4) mostram uma percepção positiva por parte dos alunos da FNH e da UFLA em relação aos estímulos fornecidos pelas ações das IES. A UFG e a UFU obtiveram boas médias para a variável “despertam para a consciência social”, apesar disso, obtiveram médias menores nas demais variáveis. Os dados sugerem que os estímulos ainda possam ser insuficientes para realmente desenvolver o empreendedorismo e a inovação social. Isso pode estar ligado ao fato de ainda haver uma cultura no país que relaciona esse campo somente ao Terceiro Setor e ao trabalho voluntário. Este conceito ainda se apresenta um pouco nebuloso para docentes, discentes e para a sociedade em geral, o que torna necessário um esclarecimento sobre o

tema nas IES, para que esta cultura possa ir se alterando e, com isso, abrindo novas possibilidades tanto para estes alunos, quanto para a sociedade como um todo. Além disso, nestas questões houve um percentual maior de alunos que marcaram a opção “sem opinião”, o que trouxe as médias destas afirmativas para baixo.

**Tabela 4** - Média e Desvio Padrão para afirmativas relacionadas à Inovação Social segundo Fischer e Melo (2006).

Afirmativa	UFLA	UFU	FNH	UFG
Despertam para a consciência social	3,83 (0,95)	3,19 (1,18)	3,55 (1,21)	3,60 (1,12)
Instigam a participar de outras ações com foco social dentro da Instituição de Ensino	3,49 (1,09)	2,75 (1,27)	3,59 (1,09)	3,12 (1,17)
Instigam a participar de outras ações com foco social fora da Instituição de Ensino	3,09 (1,12)	2,38 (1,18)	3,48 (1,25)	2,92 (1,15)

**Fonte:** Dados oriundos da pesquisa.

A tabela 5 apresenta as médias obtidas para as percepções dos alunos em relação às ações promovidas pelas IES para desenvolver o empreendedorismo e a inovação social. Os dados apontam que os alunos, de um modo geral, tem boas percepções com relação a tais ações, o que demonstra que eles percebem a importância delas para a formação do Administrador. Nesta dimensão, destacam-se as médias da UFLA e da FNH, que apresentaram as médias mais altas e com variabilidade relativamente baixa dos dados. Dentre as afirmativas, as que receberam maior destaque em todas as IES pesquisadas foram: “agregam conhecimentos que fortalecem a formação do administrador”; “constituem um saber interdisciplinar importante para a formação do administrador”; “contribui para uma visão mais ampla das organizações”; “possibilita uma reflexão sobre os contextos sociais em que estou inserido”; e “capacita a desempenhar funções gerenciais em organizações empresariais ou sociais”.

**Tabela 5 – Média e Desvio Padrão para afirmativas relacionadas às percepções dos alunos sobre as ações pesquisadas.**

Afirmativa	UFLA	UFU	FNH	UFG
Estimulam o desenvolvimento do “espírito empreendedor” do aluno	3,66 (1,16)	3,13 (1,36)	3,71 (1,11)	3,60 (1,12)
Auxiliam na compreensão de “o que é empreender”	3,91 (1,01)	3,81 (0,97)	4,12 (0,89)	4,04 (0,84)
Auxiliam no desenvolvimento das características e habilidades essenciais para as práticas empreendedoras	3,51 (1,09)	3,31 (1,18)	3,74 (1,17)	3,76 (1,09)
Agregam conhecimentos que fortalecem a formação do administrador	4,49 (0,61)	4,00 (0,84)	4,14 (0,81)	4,00 (1,04)
Constituem um saber interdisciplinar importante para a formação do administrador	4,69 (0,47)	3,94 (1,06)	4,02 (1,05)	4,08 (0,91)
Contribui para uma visão mais ampla das organizações	4,63 (0,49)	3,94 (0,85)	4,17 (0,86)	4,16 (0,85)
Vivenciar tais práticas possibilita uma reflexão sobre os contextos sociais em que estou inserido	4,43 (0,85)	3,78 (1,01)	3,90 (0,91)	3,84 (0,80)
Após estas experiências, sinto-me mais capacitado a desempenhar funções gerenciais em organizações empresariais ou sociais	4,54 (0,51)	3,28 (1,08)	3,88 (1,15)	3,72 (1,24)

**Fonte:** Dados oriundos da pesquisa.

Na terceira parte do questionário, dedicada a solicitar a opinião dos alunos respondentes sobre quais as ações eles consideram que deveriam ser desenvolvidas pelas suas respectivas IES para promover o empreendedorismo, a inovação empresarial e a inovação social, foram encontradas várias sugestões, dentre elas, as que mais destacaram foram:

**Tabela 6 – Ações sugeridas pelos alunos.**

Itens apontados	%
Promover feiras, palestras, eventos e workshops sobre os temas de empreendedorismo e inovação	60%
Criar atividades mais práticas nos cursos	32%
Inserir na grade curricular mais disciplinas sobre esses temas	28%
Desenvolver mais projetos sociais com a participação dos alunos e de outras Instituições nas comunidades onde as IES estão inseridas	26%
Realizar mais visitas técnicas	23%
Aproximar os alunos da realidade social	18%

**Fonte:** Dados oriundos da pesquisa.

**Nota:** A soma dos percentuais ultrapassa 100% pelo fato de ter sido dada ao aluno, a opção de dar mais de uma sugestão.

Pode-se perceber também por parte dos alunos, o interesse em desenvolver ações e projetos nestas áreas, o que pode ser visto tanto nos percentuais relativos à percepção dos alunos sobre a importância de tais práticas, quanto nas sugestões dadas pelos mesmos para outras ações que suas respectivas IES deveriam praticar.

Nas análises dos relatos dos professores, fica evidente a preocupação em criar atividades que realmente envolvam os alunos e que proporcione a eles a oportunidade de se desenvolver e de se preparar para sua atuação profissional. Três dos professores entrevistados acreditam que a empresa júnior e as incubadoras de empreendimentos são as atividades que melhor inserem os alunos em um contexto prático de aprendizagem, como se pode perceber nos extratos das falas a seguir:

(...) Eu acho que a própria empresa júnior, acho que acaba fazendo esse papel social, sendo uma experiência muito importante para o aluno que participa, por que muitas pessoas que procuram são “micro, micro, micro empresários”, e às vezes eles precisam de uma pequena orientação ou de uma orientação que para a gente é o básico do básico e que para eles é uma coisa totalmente nova (E7).

(...) Efetivamente a maior ação é a empresa júnior, ela tem essa proposta educativa em primeiro lugar, e em um segundo momento, é uma proposta que também tem esse auxílio a pequenas empresas. (...) Já a incubadora de Economia solidária é uma incubadora da Universidade, não é só para o curso de Administração, ela é da Universidade como um todo. Então participam alunos da Economia, da Administração, das Ciências Contábeis, das Ciências Sociais, dependendo do projeto, o que favorece o trabalho interdisciplinar (E6).

Outra questão bastante apontada durante as entrevistas são os projetos desenvolvidos pelas Instituições que envolvem o empreendedorismo e a inovação. Nas IES pesquisadas, estes projetos podem ser de extensão ou mesmo iniciativas como Projetos Interdisciplinares, Estágios Supervisionados e Empresas Simuladas. Tais percepções podem ser melhor ilustradas por meio das falas dos professores, com no seguinte extrato:

(...) tem o Projeto Interdisciplinar, no quinto período, eles [os alunos] vão montar um projeto de uma empresa, que eu diria que é um pouco mais avançado que um plano de negócios, por que além do planejamento de Marketing, do planejamento Financeiro, ele vai desenvolver um plano de pessoas, um plano de produção, um plano logístico. (...) Então ele vê ali no projeto, questões desde a questão burocrática, da abertura da empresa, até o fechamento do projeto, onde ele vai constatar se a proposição dele foi viável ou não (E1).

Durante as entrevistas também foi abordada a questão das disciplinas ministradas no curso de Administração com foco no empreendedorismo e inovação. Sobre isso, os professores entrevistados deixam claro sua visão de que as disciplinas estimulam o desenvolvimento de habilidades e capacidades do aluno, não somente com a função de ensinar conceitualmente o que é o empreendedorismo e a inovação, mas apresentar novas possibilidades para estes alunos. Os professores entrevistados acreditam que a

disciplina é o ponto de partida para essas possibilidades, porém, citam que é necessário integrar o conhecimento entre as disciplinas e ainda, a teoria e a prática para favorecer um aprendizado mais crítico e mais eficiente, como pode ser observado no extrato abaixo:

(...) Eu não acredito que nós estejamos no estágio de desenvolver características empreendedoras no aluno. Acredito que estamos num estágio primeiro, informando o aluno dessa nova possibilidade de sucesso, de atuação e ao informar o aluno, eu sinto que nós estamos despertando a curiosidade dele e despertando determinadas características que ele achava que não tinha, como por exemplo: ser capaz de ser criativo, de observar um comportamento na realidade dele e, a partir disso, ter uma ideia de negócio. Estamos despertando o aluno para a ideia de que ele pode ter um outro viés de atuação profissional, mas ele ainda tem medo (...) O aluno sai da disciplina mais leve, mais confiante e mais capaz de dar passos sozinho nesse sentido. Agora, desenvolver, acho que nós deveríamos ter mais conexão com outras disciplinas, outras mais comportamentais. A diferença do aluno quando entra para quando ele sai, ele sai mais maduro. Eu consigo perceber isso nele (E<sub>2</sub>).

É possível perceber também a preocupação em oferecer ao aluno uma formação mais ampla, constituída de valores e de hábitos valorizados no mercado de trabalho, uma formação que engaje estes alunos em projetos e práticas sociais responsáveis.

(...) a disciplina estratégia de negócios sustentáveis está em seu 3º semestre. O foco da disciplina é entender como as empresas estão entendendo sustentabilidade, o que elas estão fazendo dentro dessa perspectiva da sustentabilidade. Então a disciplina vem aí até mesmo formar o espírito voluntariado, tudo está muito mercantilizado, e o mundo está exigindo que as pessoas cooperem para um bem comum. Primeiro eu trabalho com o aluno como consumidor, ele também tem que ter hábitos de consumo sustentáveis. Depois trabalhamos o que as empresas estão fazendo. (...) É preciso também estimular o aluno nessa visão crítica. Dentro dessa disciplina, eu percebo a necessidade de criar alguma atividade dentro da Instituição que envolvesse o aluno e que tivesse ação fora da Universidade (E<sub>4</sub>).

Pode-se perceber que as IES estão trabalhando no desenvolvimento da educação empreendedora, do empreendedorismo e da inovação empresarial e social junto dos alunos, porém, ainda há muito o que ser feito para que esta área possa ser melhor explorada, desde investimentos das próprias IES como estes apresentados neste artigo, até investimentos em políticas públicas que possam auxiliar a criação de novos negócios. Destaca-se ainda, a necessidade de desmistificar a questão do empreendimento social em meio à sociedade, por se tratar de uma área que está em expansão e que gera muitas oportunidades de novas áreas de atuação que agregam valor econômico e social para a sociedade.

## Considerações Finais

O objetivo deste estudo foi identificar e analisar as ações praticadas por Instituições de Ensino Superior (IES) para o desenvolvimento da educação empreendedora com ênfase no empreendedorismo e inovação empresarial e social em Instituições participantes de uma das redes do PróADM/CAPES.

Os relatos dos professores pesquisados indicam a preocupação em proporcionar aos alunos uma formação diferenciada que possibilite o desenvolvimento de capacidades, habilidades e competências de modo a prepará-los para o desempenho da profissão de Administrador. Essa preocupação fica expressa em relação às disciplinas ministradas, aos projetos de extensão, projetos interdisciplinares, incubadoras de empresas tanto mercantis como as de economia solidária, empresas juniores, e as atividades de empresas simuladas e jogos de empresas.

No entanto, observa-se que a educação empreendedora, e mesmo o empreendedorismo como área do conhecimento, ainda está focada no empreendedorismo tradicional de negócios. Os resultados apontam que, para os professores entrevistados, as disciplinas e demais ações sobre o tema desenvolvidas nas IES estimulam os alunos a perceber suas próprias capacidades, suas características, suas habilidades e a desenvolverem aquelas que eles ainda não possuem para a atitude empreendedora e inovadora. Tais ações ainda abrem a visão destes alunos para outros horizontes, para refletir que existem inúmeras oportunidades e possibilidades de se empreender. Apesar de estar presente no discurso dos professores entrevistados a preocupação em criar nos alunos uma consciência social e fornecer a eles meios para refletir sobre suas ações e seus impactos sociais e ambientais, e até mesmo refletir sobre sua inserção social, ainda são incipientes as práticas pedagógicas que encaminhem os alunos para esta área, ainda nova, para a atuação profissional do administrador.

Os dados sugerem que as ações praticadas pelas IES pesquisadas estimulam os alunos ao empreendedorismo e estão desenvolvendo uma consciência sobre a inovação social. As médias obtidas na pesquisa, bem como a baixa variabilidade relativa observada nos dados mostram que as IES tem alcançado uma certa consolidação do tema empreendedorismo com um reforço à concepção da inovação e encaminhando – ainda lentamente – para o empreendedorismo e inovação social em seus modelos de ensino.



É possível considerar também que estes são conceitos em evolução e, sem dúvida, ainda devem ser mais explorados pois, possuem inúmeras possibilidades para novos projetos a serem desenvolvidos em IES. É preciso ter em mente que pode-se e deve-se inovar e empreender em educação, seja na educação básica, no ensino superior ou na pós-graduação, mas especialmente na graduação, onde se trabalha para formar novos profissionais que precisam estar preparados para um mercado cada vez mais competitivo, globalizado e com novas exigências sociais e econômicas, munidos de capacidades alternativas de promover o desenvolvimento.

Enfim, quando existe uma mobilização tanto em nível de políticas públicas, como das demandas da sociedade para questões de inovação, é necessário apontar e desenvolver propostas que objetivem mostrar que inovação não reside somente nos campos da tecnologia, das engenharias, ou em outros campos das áreas exatas do conhecimento. As Ciências Sociais Aplicadas precisam dar suporte ao desenvolvimento da inovação e da tecnologia em outros campos, mas principalmente conscientizar-se que a inovação social, em suas inúmeras possibilidades, dão o refinamento de um verdadeiro desenvolvimento econômico e social.

Devido a relevância dos temas aqui apresentados, sugere-se que outros estudos sejam realizados em outras Instituições de Ensino com o objetivo de compreender a dinâmica da educação empreendedora, do aprendizado sobre o empreendedorismo, a inovação e a inovação social.

Quanto ao método, recomenda-se usar a escala forçada para evitar a dispersão de dados nas questões que os respondentes tenham pouco conhecimento, pelo fato de, ao se deparar com elas, tenderem a assinalar a opção “sem opinião” o que traz as médias das respostas para baixo, diminuindo a precisão dos dados quantitativos. Recomenda-se ainda que sejam realizadas também entrevistas em profundidade com os alunos para obter maiores dados sobre as percepções dos mesmos sobre tais ações e possibilidades.

## Referências

AIDAR, M. M. *Empreendedorismo*. São Paulo: Thomson, 2007.

AIUB, G. W. *Inteligência Empreendedora: uma proposta para a capacitação de multiplicadores da Cultura Empreendedora*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal

de Santa Catarina, Florianópolis. 2002.

ANDRADE, R. F.; TORKOMIAN, A. L. V. Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em Instituições de Ensino Superior. ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS - EGEPE, 2, 2001, Londrina. *Anais...* Paraná: 2001.

COLAUTO, R. D.; BEUREN, I. M. Coleta, Análise e Interpretação dos Dados. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.). *Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade*. São Paulo: Atlas, 2006.

CRUZ JUNIOR, J. B.; ARAÚJO, P. C.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. V. A. Empreendedorismo e Educação Empreendedora: confrontação entre a teoria e a prática. *Revista de Ciências da Administração*, Santa Catarina, vol.8, n.15, jan/jun 2006.

CUNHA, R. A. N. A Universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28, 2004, Curitiba/PR. *Anais...* Curitiba: ANPAD, 2004.

DACIN, P. A.; DACIN, M. T.; MATEAR, M. Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. *Academy of Management Perspectives*, New York, Vol. 24 Issue 3, p37-57, Aug. 2010.

DI DOMENICO, M. L.; HAUGH, H.; TRACEY, P. Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Texas, Vol. 34 Issue 4, p681-703, Jul. 2010.

DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1986.

FAMINOW, M.; CARTER, S; LUNDY, M. Social Entrepreneurship and Learning: The Case Of The Central America Learning Alliance. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol. 14, n. 4, p. 433-450, 2009.

FISCHER, T.; MELO, V. P. Programa de Desenvolvimento e Gestão Social: uma construção coletiva. In: FISCHER, T.; ROESCH, S.; MELO, P. V. (Orgs). *Gestão do desenvolvimento territorial e residência social: casos para ensino*. Salvador: EDUFBA, CIAGS/UFBA, 2006.

FONSECA, G. C.; DE MUYLDER, C. F. . Auto-percepção do Perfil McClelland: um estudo de caso Empretec Manhuaçu. *Ciências Sociais em Perspectiva (Eletrônica)*, v. 9, p. 1-13, 2010.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor 2014 – 2015 *Global Report* / SINGER, S.; AMORÓS, J.E.; ARREOLA, D. M. Massachusetts: Babson College, 2015. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/report>>. Acesso em 03 nov, 2015.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Metodologias, Recursos e Práticas Didático-Pedagógicas no



Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais. ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 30, 2006, Salvador. *Anais...* Rio de Janeiro: 2006.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie – RAM*, volume 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HONMA, E. T. *Competências Empreendedoras: um estudo de casos múltiplos no setor hoteleiro em Curitiba*. 2007. 180 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2007.

INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Disponível em <<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso em 03 nov, 2015.

LEITE, B. A. M. P.; ABRANCHES, R. S.; DIAS, S. F. Formação empreendedora no curso de graduação em Administração. SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA – SEGeT, 6, 2009, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: 2009.

MALHOTRA, N. K. *Pesquisa em Marketing: foco na decisão*. São Paulo: Pearson, 2011.

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos. SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA – ANPAD, 24, 2006, Gramado. *Anais...* Rio de Janeiro: 2006.

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes. *Estudo & Debate*, Lajeado, vol. 15, n. 2, p. 71-95, 2008.

MARTIN, R. J.; OSBERG, S. Social entrepreneurship: The case for a definition. *Stanford Social Innovation Review*, Spring, p.29–39, 2007. Disponível em <[http://www.skollfoundation.org/wp-content/uploads/2010/09/2007SP\\_feature\\_martinosberg.pdf](http://www.skollfoundation.org/wp-content/uploads/2010/09/2007SP_feature_martinosberg.pdf)>. Acesso em 01, ago. 2012.

MELLO, S. C. B.; LEÃO, A. L. M. S.; PAIVA JÚNIOR., F. G. Competências Empreendedoras de Dirigentes de Empresas Brasileiras de Médio e Grande Porte que Atuam em Serviços da Nova Economia. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 4, Out./Dez. 47-69, 2006.

MELO, M. C. O. L.; DE MUYLDER, C. F.; LOPES, A. L. M.; CASSINI, M. R. O L., RABELO, N. G. O empreendedorismo e o papel das incubadoras para as empresas graduadas de base tecnológica da região metropolitana de Belo Horizonte. *Revista INGEPRO*, v. 2, p. 50-62, 2010.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.



- MCCLELLAND, D. C. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- PARKINSON, C.; HOWORTH, C. The language of social entrepreneurs. *Entrepreneurship e Regional Development*, Vol. 20. Issue 3, p. 309, May. 2008.
- PRIETO, É. C. *Universidade Federal de Uberlândia: recortes de uma história*. ADUFU – Associação dos Docentes da Universidade Federal de Uberlândia. 08.09.2009. Disponível em: <<http://www.adufu.org.br/artigospublicados/29>> Acesso em 01 ago, 2011.
- RIBEIRO, F. A.; VELOSO, A. N.; VIEIRA, A. V. Empreendedorismo social: uma análise via associativismo juvenil. *FEP Working Papers – Research Work inProgress*, Faculdade de Economia, Universidade do Porto, número 330, agosto de 2009. Disponível em: <<http://wps.fep.up.pt/wps/wp330.pdf>> Acesso em 01 jun, 2012.
- RODRIGUES, A. L. Modelos de Gestão e Inovação Social em Organizações Sem Fins Lucrativos: Divergências e Convergências entre Nonprofit Sector e Economia Social. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 30, 2006, Salvador. *Anais...* Rio de Janeiro: 2006.
- SARAIVA, L. A. S.; SOUZA, A. M. Representações Sociais, Práticas e Desafios do Ensino de Empreendedorismo na Graduação sob a Ótica dos Docentes: Um Estudo de Caso. ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE – EnEPQ, 2, 2009, Curitiba. *Anais...* Curitiba: 2009.
- SARKAR, S. Empreendedorismo e Inovação. Lisboa: Escolar, 2007.
- SCHOMMER, P. C.; FRANÇA FILHO, G. C. A Metodologia da Residência Social e a Aprendizagem em Comunidades de Prática. In: FISCHER, T.; ROESCH, S.; MELO, P. V. (Orgs). *Gestão do desenvolvimento territorial e residência social: casos para ensino*. Salvador: EDUFBA, CIAGS/UFBA, 2006.
- SCHUCH JÚNIOR, V. F.; et al. Atividades Extracurriculares e o Processo de Formação de Administradores. *Revista do Centro de Ciências Sociais e Humanas*. Santa Maria, Vol. 24, n. 01, jan/jun, p. 31-40, 2011.
- SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.
- SOLOMON, G. T.; DUFFY, S.; TARABISHY, A. The state of entrepreneurship education in the United States: A Nationwide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, v. 1, n. 1, p. 1-22, 2002.
- SOUZA, E. C. L.; et al. Métodos, técnicas e recursos didáticos de ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (Orgs.) *Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas: 2006.
- TIGRE, P. B. *Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.



PUC-SP



Anna Gabriela M. de Oliveira, Marlene Catarina de Oliveira L. Melo, Cristiana Fernandes de Muijder.  
RAD Vol.18, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr 2016, p.29-56.

---

UFLA – Universidade Federal de Lavras. Disponível em:  
<<http://www.ufla.br/index.php/a-instituicao/historia/>> Acesso em 01 ago, 2011.

UFG em Números – 2010 / Universidade Federal de Goiás. Pró-Reitoria de Desenvolvimento Institucional e Recursos Humanos ; Coordenação e organização Everton Wirbitzki da Silveira. - Goiânia : UFG, 2010.

YIN, R. K. *Estudo de caso*. 2ª ed. São Paulo: Sage,