

EMPREENDEDORISMO SOCIAL E EDUCAÇÃO SUPERIOR: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO ACERCA DOS PROFESSORES DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Mirela Viersa Morillo (IC) e Rodrigo Augusto Prando (Orientador)

Apoio: PIBIC Mackenzie/CNPq

RESUMO

O presente artigo objetivou verificar a percepção dos docentes que lecionam a disciplina de “Empreendedorismo Social”, na grade do curso de Administração, e como esta matéria é entendida tanto pelos docentes que a lecionam como pelos discentes que a cursam. Para tanto, foram realizadas pesquisas bibliográficas acerca da literatura científica relacionada ao tema em estudo. Assim, o referencial teórico deu-se com base na abordagem dos conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo social e esta área do conhecimento em relação aos conteúdos desenvolvidos num curso de Administração. A pesquisa teve um caráter qualitativo e exploratório e, na coleta dos dados, foram aplicados questionários aos docentes que ministram a referida disciplina. São, ao todo, setes os docentes da disciplina e foram quatro os respondentes. As respostas foram coligidas e submetidas à técnica de análise de conteúdo. Os resultados evidenciaram que os docentes entendem que a disciplina aborda conteúdos e que possui bibliografia pertinentes ao tema, mas que cabem, sempre, melhorias. Além disso, todos afirmam que a disciplina é importante para a formação dos alunos de Administração e a maioria dos respondentes lecionam, no Ensino Superior, há mais de dez anos. O maior ponto de divergência entre os respondentes consiste no interesse do alunado na disciplina, neste sentido, houve quem indicasse as turmas como muito participativas, os que afirmaram que há alunos participativos e apáticos e, por fim, quem entenda que os alunos são individualistas e pouco se preocupam com questões sociais, sobretudo, por terem uma formação voltada para o mercado e com desejos de bom emprego em primeiro lugar.

Palavras- chave: Empreendedorismo Social; Administração; Docentes

ABSTRACT

This article aimed to verify the perception of teachers who teach the discipline of "Social Entrepreneurship" in the Administration course and how this discipline is understood both by the teachers that teach and the students that are studying. Therefore, there were bibliographic research on the scientific literature related to the topic under study. Thus, the theoretical yield was based on the approach of the concepts of entrepreneurship, social entrepreneurship and this area of knowledge in relation to the contents developed in the course of administration. The research was qualitative and exploratory and, in data collection, questionnaires were given to teachers who teach the discipline. There are, in all, seven teachers of the course and were

four respondents. Responses were collected and submitted to the technique of content analysis. The results showed that teachers understand that discipline addresses content and has bibliography relevant to the topic, but improvements are always good. In addition, all of the teachers said that the discipline is important for the formation of the students of Business Management and most of the respondents teach in higher education for over ten years. The biggest point of disagreement among the respondents is in the interest of the students in the discipline in this regard, some indicated the classes as very participative, and, finally, those who understand that students are individualists and little concern for social issues, above all, this happens because they are orientated for the market and with good employment desires first.

Keywords: Social Entrepreneurship; Business, Teachers

1. Introdução

Os negócios estão sempre mudando de acordo com aquilo que a economia e a sociedade esperam. O empreendedor por ser um indivíduo resiliente, valente, capaz de tirar ideias do papel e transformá-las em realidade, tornou-se essencial à economia. Schumpeter (1934) coloca o empreendedor como um dos personagens mais importantes para a inovação do capitalismo. Tornando-se cobiçado pelas organizações devido a sua forte capacidade de inovar e influenciar o mercado, o ambiente e a sociedade como um todo.

Para Schumpeter (1934 apud BENEVIDES, 2002, p. 30):

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o modelo de produção, participando, assim, do processo de “destruição criativa” da ordem econômica vigente. Trata-se, portanto, do responsável pela inovação e pela capacidade da economia de se desenvolver.

Os problemas sociais começaram a se agravar nos 90, foi então que o fenômeno do empreendedorismo social surgiu. O empreendedorismo social tem como objetivo impactar a sociedade, trazendo soluções para os problemas sociais e ao mesmo tempo gerar lucro, ou seja, ser um negócio impactante e autossustentável. Iniciando pelo empreendedorismo social, o artigo buscou diferenciar o empreendedorismo social do empreendedorismo tradicional e traçou as principais características do empreendedor social. Após entendido o que são e quem são os empreendedores sociais, o presente artigo buscou apresentar como os docentes enxergam o impacto do empreendedorismo social para os discentes.

O resultado da pesquisa teve como objetivo geral compreender qual a percepção dos docentes do conceito e da prática do empreendedorismo social nos discentes após lecionarem a disciplina de Empreendedorismo Social. Esse estudo se deu através de uma pesquisa quantitativa e qualitativa. A parte da pesquisa quantitativa foi realizada a partir de perguntas já estabelecidas, com professores que lecionam a disciplina de empreendedorismo social.

1.1 Justificativa

Os negócios começaram a ganhar espaço para o desenvolvimento social, econômico e político, assim como as atitudes das empresas geraram impacto para as pessoas. As questões sociais, ambientais e econômicas tornaram-se objeto de estudos tanto pela sociedade como pelas instituições de ensino.

Surgiu então, uma vertente de estudo para o empreendedorismo direcionado para as áreas sociais que logo recebeu o nome de empreendedorismo social. Com base no empreendedorismo social, o artigo mostrou uma pesquisa e um estudo exploratório sobre o impacto de uma disciplina dedicada ao empreendedorismo social. A pesquisa foi realizada

com o intuito de compreender a relação da disciplina com as demais do curso de administração de empresas.

1.2 Problema de Pesquisa

Qual a percepção dos docentes que lecionam a disciplina de “Empreendedorismo Social”, na grade do curso de Administração, e como esta matéria é entendida tanto pelos docentes que a lecionam como pelos discentes que a cursam?

1.3 Objetivo Geral

Compreender qual a percepção dos docentes que lecionam a disciplina de “Empreendedorismo Social”, na grade do curso de Administração, e como esta matéria é entendida tanto pelos docentes que a lecionam como pelos discentes que a cursam

1.3.2 Objetivos Específicos

- 1) Conceituar, a partir da literatura científica, o conceito de empreendedorismo tradicional e social;
- 2) Identificar as características do empreendedor social;
- 3) Levantar a matriz curricular do curso de Administração.

2. Referencial Teórico

O referencial teórico aborda os principais conceitos sobre o tema de pesquisa.

2.1 O que é empreendedorismo

A palavra empreendedorismo deriva do verbo francês “entreprendre”, que significa aquele que consegue ou tenta fazer algo novo. Para Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo, também, é criar algo novo com um certo valor agregado, dedicando tempo e esforço necessários, mas em sua definição ele adiciona o fator risco, ou seja, para realizar algo novo, o empreendedor assume quaisquer riscos financeiros, psíquicos e sociais a fim de se satisfazer pessoalmente e economicamente. Portanto, temos que empreendedorismo é o meio para realizar algo novo tornando ideias em realidade. Com o dinamismo da sociedade contemporânea e a economia assentada em um mercado com concorrências acirradas, isso leva, por consequência, à inovação seja nos negócios seja no próprio mercado. Constatado essa necessidade de inovação, a temática do empreendedorismo ganhou espaço na academia e no mundo dos negócios.

Segundo Dees (1998), Jean Baptiste Say, economista francês, foi um dos primeiros a utilizar o termo “entrepreneur”, referindo-se aos indivíduos que, através de novas e melhores maneiras de fazer as coisas, são capazes de gerar valor ao estimular o progresso econômico. Trata-se de uma atividade econômica geradora de bens e serviços para a venda.

Para Melo Neto e Froes (2002, p.9), que define o empreendedorismo como:

Um processo dinâmico pelo qual indivíduos identificam ideias e oportunidades econômicas e atuam desenvolvendo-as, transformando-as em empreendimentos e, portanto, reunindo capital, trabalho e outros recursos para a produção de bens e serviços.

Nestes termos, temos que: “O empreendedor é definido em termos de comportamentos e atitudes, não de traços de personalidade ou outras características inatas”; (FERREIRA, 2010, p. 25). Ou seja, o que faz de uma pessoa empreendedora ou não são suas iniciativas e decisões.

Há outras definições para o empreendedorismo, como as citadas pelos seguintes autores. Prontidão, visão de futuro, capacidade de assumir riscos, conhecimento suficiente, criatividade, inovação, firmeza e determinação (Klerk e Kruger 2003), onde nessa definição podemos ver bastante as atitudes e personalidade do empreendedor.

Já Covin e Slevin (1989) cita como característica do empreendedor a inovação, aceitação ou tolerância em relação ao risco e uma predisposição à ação, na qual o autor destaca a importância da coragem para assumir riscos, que é o que faz os empreendedores agirem em cenários incertos.

Outros autores citam estas características também em suas definições, como: Mendes (2009) afirma que as ferramentas do empreendedor são a criatividade, o planejamento, a ousadia e o otimismo, recursos estes intangíveis essenciais para a estratégia e o sucesso do empreendedor.

Os autores Hisrich e Peters (2004) afirmam que em quase todas as definições de empreendedorismo podemos encontrar características como: tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos. O empreendedor está sempre em busca da inovação e melhorar o que já existe, por isso é fundamental que tenha como característica ser pioneiro e tomar iniciativa o que caracteriza a importância da ação do empreendedor.

Podemos dizer que empreendedorismo, na sua forma mais “crua”, deve ser considerado um tema secular. Para Dolabela (2008), o empreendedorismo não é um tema novo, e sim algo que existe desde as primeiras ações que melhoraram as relações humanas. Assim como para Falcone e Osborne (2005) afirmam que o empreendedorismo faz parte da experiência humana desde a criação do homem, porém, passou a ser de interesse científico apenas nos últimos 50 anos.

Uma forma de explicitar que o empreendedorismo está presente em nossas vidas desde os tempos primórdios é olhando para a evolução humana. Por exemplo, o fogo é uma

demonstração simples de empreendedorismo, que na necessidade da luz, o homem viu uma oportunidade de inovar e criar através de novas ferramentas, técnicas e métodos.

Segundo Dolabela (1999, p.54)

O empreendedorismo está em constante crescimento, principalmente em países desenvolvidos como os Estados Unidos, que possuem como pensamento: “que o desenvolvimento das habilidades empreendedoras os coloca em melhores condições para enfrentar um mundo em constante mudança [...]

No Brasil, o empreendedorismo começou a tomar corpo na década de 90, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas (DORNELAS, 2005, p.26). Foi graças a estas entidades, que no Brasil surgiu a oportunidade de abrir-se novas empresas, de colocar ideias e esforços em prática e de criar-se negócios inovadores, despertando a importância que o empreendedorismo exerce na construção de uma nação social e economicamente forte.

Existe também o empreendedor: empregado, que propõe mudanças para melhorar o seu ambiente de trabalho (intra-empreendedorismo); trabalhador autônomo, como gestor de seu próprio negócio; e ainda uma terceira pessoa que adquire uma nova empresa e realiza inovações, disposta a assumir riscos impostos pelo mercado. (MACHADO, 2003, p.3).

Ainda que existem diversas visões quando o assunto é empreendedorismo e que cada autor defina esse termo e fenômeno de acordo com seus próprios conceitos e princípios, Dornellas (2004), acredita que, mesmo existindo essas distintas definições para o termo empreendedorismo “sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar. ” (DORNELLAS, 2004, p. 81).

2.2 O que é empreendedorismo social.

O empreendedorismo é hoje um fenômeno global, devido as profundas relações entre os países e empresas. A ideia do empreendedorismo, era a princípio, criar ambientes inovadores e lucrativos, contudo o passar dos anos, a pobreza, as necessidades humanas e os problemas econômicos e sociais trouxeram uma nova diretriz para o empreendedorismo, diretriz essa conhecida como empreendedorismo social. Oliveira (2008) observou que o empreendedorismo social apareceu nos anos 90 perante os crescentes problemas sociais, diminuição de investimentos públicos e crescimento do terceiro setor.

O empreendedorismo social pode ser uma diretriz para o crescimento e desenvolvimento humano de forma sustentável em busca da exclusão da miséria.

Para Almeida & Milward de Azevedo 2008:

O empreendedorismo no Brasil pode ser vislumbrado como elemento indispensável para o desenvolvimento humano, social e econômico, com perspectiva à redução e até mesmo à eliminação da desigualdade e da exclusão social existente no país.

O empreendedorismo traz uma nova abordagem que parece nova frente ao empreendedorismo tradicional, porém seus feitos não. Para Gregory Dees (1998), trabalhar a ideia de empreendedorismo social no mundo globalizado de hoje pode até ser novo, mas o fenômeno não. Oliveira (2004, p.10) acrescenta ainda que o tema empreendedorismo social é novo em sua atual configuração, mas na sua essência já existe há muito tempo. Alguns especialistas apontam Luther King, Gandhi, entre outros, como empreendedores sociais. Isso foi decorrente de suas capacidades de liderança e inovação quanto às mudanças em larga escala.

Hoogendoorn, Pennings e Thurik (2010), pesquisadores do instituto de pesquisa da Eramus University Rotterdam, o empreendedorismo social surge a partir da junção de duas abordagens as quais chamam de “demandside” e “supplyside”. Do lado da demanda (“demandside”) está a conscientização da crescente desigualdade da distribuição de renda e a preocupação com o meio ambiente, enquanto do lado da oferta (“supplyside”) estão as chances e circunstâncias para lidar e solucionar os problemas sociais, econômicos e ambientais.

O empreendedor social não foca no lucro, nem tão pouco enriquecer com o seu negócio, seu foco é impactar cada vez mais a sociedade. Melo Neto e Froes (2001) citam que o objetivo do empreendedorismo social não é o resultado do negócio por si só, mas sim o impacto das ações sociais tomadas pelos empreendedores em parceria com a comunidade, o governo e o setor privado.

Vale ressaltar que o empreendedorismo privado se difere do empreendedorismo social, pois o primeiro tem como objetivo primordial agregar valor aos negócios e atender as expectativas do mercado, enquanto no segundo é melhorar a comunidade de forma a incluir e promover as pessoas socialmente.

No quadro abaixo podemos identificar as principais características de cada conceito, onde o empreendedorismo privado possui o foco no acúmulo de capital e com isso um olhar mais forte para o mercado e a satisfação do cliente e, em algumas empresas, conseguimos verificar a responsabilidade social empresarial também, produzindo bens e serviços de forma sustentável e com um olhar para a comunidade, sem prejudicar os ganhos próprios. E por fim, o conceito de empreendedorismo social, que carrega como principais características o

objetivo de produzir bens e serviços que causem grandes impactos nas comunidade e sociedades.

Quadro 1 - Diferenças entre Empreendedorismo Privado, Responsabilidade Social Empresarial e Empreendedorismo Social

Empreendedorismo Privado	Responsabilidade Social Empresarial	Empreendedorismo Social
É individual	É individual com possíveis parcerias	É coletivo e integrado
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para o mercado e para si próprios	Produz bens e serviços para comunidade em geral
Tem foco no mercado	Tem foco no mercado, mas também atende a comunidade	Busca soluções para a comunidade e problemas sociais
O lucro é a medida de desempenho	O retorno aos envolvidos é a medida de desempenho	O impacto e mudanças sociais são as medidas de desempenho
Busca satisfazer a necessidade do cliente e ampliar os negócios	Agrega valor ao negócio e atende as expectativas da sociedade e consumidores	Busca tirar as pessoas do risco social e promover a inclusão e capital social

Fonte: Adaptado de Melo Neto e Froes (2002).

O termo empreendedorismo social ainda é recente para alguns e isso acarreta que as pessoas misturarem com os conceitos de responsabilidade social empresarial e até mesmo com uma ONG. Oliveira (2004) observa em seu estudo que tanto nacional quanto internacionalmente o conceito de empreendedorismo social ainda está em construção e que há certa similitude quanto à compreensão da origem e estreitamento do empreendedorismo social com a lógica empresarial. Como Melo Neto e Froes (2002) definiram, o foco do empreendedorismo social é a solução dos problemas da comunidade, enquanto o foco da responsabilidade social está no mercado, atendendo a comunidade em segundo plano. Já a ONG (organização não governamental) assim, como o empreendedorismo social, tem o objetivo de maximizar o impacto social, porém seus recursos são por meio de doações.

2.3 Características do empreendedor social

O desenvolvimento da sociedade deve estar dentro dos padrões de igualdade social, afim de, diminuir as diferenças sociais e promover uma maior igualdade entre os indivíduos. Dessa forma, pode se dizer que o desenvolvimento econômico não pode estar muito à frente do desenvolvimento social, e é nisso que o empreendedor social deve se ater. Assim sendo, é essencial que o empreendedor social faça a comunidade caminhar aos mesmos passos (rápidos) de maneira igualitária.

Os maiores responsáveis pelas ações que resultam em melhorias na sociedade e elevam ao máximo o retorno social são os empreendedores sociais. São pessoas que reconhecem problemas sociais e tentam utilizar ferramentas empreendedoras para resolvê-la, maximizando sempre o impacto social. De acordo com a Ashoka, uma organização de empreendedorismo social, os empreendedores sociais são indivíduos que tem ideias ou soluções para os problemas de uma sociedade. Devem ser ambiciosos, insistentes e criativos de forma a propor, incessantemente, novas ideias para questões sociais. Para, Dees (1998), considerado o pai do empreendedorismo social, considera que os empreendedores sociais são aqueles que conhecem as necessidades e os valores do seu público-alvo, compreendem as expectativas das pessoas que ajudam e investem algum recurso como tempo, dinheiro ou conhecimento em prol de toda uma comunidade.

Segundo CARDOSO, Gabriel (2015):

Empreendedores sociais iniciam e lideram mudanças na sociedade. Trabalham para garantir que ideias tomem seu caminho e verdadeiramente mudem o pensamento, a fala e o comportamento das pessoas. Empreendedores sociais são agentes de mudança; eles mudam o mundo.

Segundo o The Institute Social Entrepreneurs (ISE) nos Estados Unidos: "empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade"(OLIVEIRA, 2004).

Assim como Oliveira (2004) apresenta os empreendedores sociais são inquietos e inconformados com a situação social e por isso conseguem enxergar oportunidades onde poucos veem. São agentes de transformação em busca de erradicar os problemas sociais de modo inovador e criativo.

Segundo Dees (1998), os empreendedores sociais devem ser considerados agentes de transformação social, isso porque focam nos problemas e não os sintomas, tendo ações com grande potencial e impacto estimulando melhorias. Conforme Vale (2004), o empreendedor social é aquele indivíduo, cuja função fundamental é a de otimizar os processos coletivos, gerando maior competitividade e desenvolvimento econômico.

Os empreendedores sociais enxergam oportunidades onde outros encontram problemas. O fato é que o empreendedor social tem um alto senso de responsabilidade, sempre buscando criar valor para sociedade, ensinando, aprendendo e compreendendo os envolvidos com os problemas e avaliando o retorno das melhorias implementadas.

Na concepção de Vieira e Gauthier (2000)

Os empreendedores sociais são aqueles que criam valores sociais através da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, visando o desenvolvimento social, econômico e comunitário [...] têm a visão, a criatividade, e a determinação para redefinirem os seus campos [...] são os pioneiros na inovação de soluções para os problemas sociais e não podem descansar até mudarem todo o modelo existente das sociedades.

Os empreendedores sociais não buscam apenas uma oportunidade de negócio lucrativa, e sim resolver um problema na sociedade e propor uma solução para tal. É importante lembrar que empreendedores sociais são diferentes dos empreendedores tradicionais, que correm riscos em benefício próprio ou da organização, a característica chave dos empreendedores sociais é que eles correm riscos em benefício das pessoas a quem a sua organização serve (BRINCKERHOFF, 2000, p.1).

Existem várias diferenças entre o empreendedor empresarial e social. O primeiro visa à criação de valor para seus “stakeholders”, visando a implementação de novas oportunidades de negócio e com foco no lucro. Por outro lado, o empreendedor social busca o bem estar da sociedade e de todas as áreas essenciais ao desenvolvimento humano.

Segundo Dornelas; Boas e Junior (2009, p. 105) os empreendedores sociais:

São semelhantes aos tradicionais, porém seu principal objetivo não é gerar lucro ou ganhar dinheiro para si, mas promover benefícios sociais. Os empreendimentos sociais podem ser ONGs, Fundações, Empresas Sociais (do setor privado que distribuem o lucro em benefício da sociedade) e até mesmo pessoas físicas que desenvolvem iniciativas para benefício da coletividade.

Embora, haja diferenças entre o empreendedor social e o empreendedor privado, há também algumas semelhanças importantes e fundamentais para o sucesso de suas atividades. Mesmo que ambos estejam focados em objetivos diferentes, ambos possuem característica de negócio. Para Thalhuber (1998) apud Oliveira (p.196, 2003) os empreendedores sociais e empresariais têm pontos em comum uma vez que “ambos estão criando demanda, obtendo recursos e convertendo ideias em produtos e serviços [...] são orientados à ação e focados na realidade”.

Já Degen, Ronaldo Jean diz que

“O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa que, é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. ”

O empreendedorismo social tem a intenção de proporcionar melhorias na comunidade promovendo importantes transformações na sociedade. Os empreendimentos sociais buscam transformar a vida dos que mais precisam agregando valor à comunidade difundindo ao máximo as melhorias.

2.4 Exemplos de empreendedorismo social

Vale reforçar que os negócios sociais estão focados em maximizar os impactos sociais e serem autossustentáveis, ou seja, não dependerem de donativos. Segundo Melo Neto e Froes (2002), a função do empreendedor social é de minimizar as desigualdades e promover a inclusão social através de ações.

Pode-se citar a escassez de recursos, frente a impossibilidade do Estado de atender a todos de forma igualitária como um dos motivos pelos quais o empreendedorismo social surgiu. Segundo Melo Neto e Froes (2002, p. 4):

Faz-se necessário criar um novo modelo de desenvolvimento: um desenvolvimento humano, social e sustentável. Um modelo centrado no cidadão das ruas, que trabalha no governo, na iniciativa privada, como profissional liberal, que vive na cidade e no campo.

Diante deste quadro, surgiram organizações com foco em empreendedorismo social, como a Artemisia, uma organização sem fins lucrativos, pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil. A Artemisia fundada no Brasil em 2004, atua no desenvolvimento de startups de alto potencial de impacto social. A Artemisia alcançou resultados como R\$ 43.900.000 em investimentos articulados para os negócios acelerados e mais de 23 milhões de pessoas impactadas pelos negócios sociais

Para William Drayton, o trabalho do empreendedor é “de ver onde a sociedade está estagnada e encontrar uma nova maneira de resolver o problema” (DRAYTON, s/d, apud MELO NETO; FROES, 2002, p. 9).

Além da Artemisia outras organizações sem fins lucrativos, geram impacto para os negócios sociais, como a Ashoka, fundada na Índia em 1980 por Bill Drayton possui uma ampla rede de empreendedores sociais que investem esforços para que superar problemas sociais e que tenham impacto significativo nas sociedades (ASHOKA; MCKINSEY, 2001). Assim como a Yunus Negócios Sociais Brasil, é uma sede unidade brasileira ligada à empresa “Global Yunus Social Business Global Initiatives”. Tem como objetivo desenvolver negócios sócias pelo país através de seu fundo de investimentos e aceleradora para negócios sociais, além de realizar palestras, eventos e workshops no meio acadêmico e pelo mundo.

2.5 Disciplina de empreendedorismo social em instituições de Ensino

Uma maneira encontrada de introduzir o conceito de empreendedorismo social foi implantá-las nas universidades como complemento a disciplina de empreendedorismo tradicional além de incentivar algumas ligas estudantis voltada ao tema, como a Enactus. A Enactus é formada por uma comunidade de acadêmicos e líderes de negócios comprometidos em usar o poder do empreendedorismo para transformar vidas e moldar um mundo melhor e mais sustentável. A palavra Enactus significa a junção de: entrepreneurial, action, us. No Brasil, são um total de 20 universidades que reconhecem o Enactus como uma liga estudantil, dentre elas está o Mackenzie.

A origem do ensino do empreendedorismo está associada aos cursos de administração de empresas como uma necessidade prática (LAVIERI, 2010)

Algumas universidades já adotaram em seu plano de ensino a matéria de “Empreendedorismo” como forma de estimular e de fazer com que os discentes assimilem o conteúdo.

Segundo Campelli et al (2011, p. 142):

Uma instituição de ensino empreendedora não é somente aquela que inclui em seu projeto pedagógico disciplinas ou cursos de empreendedorismo, mas, sobretudo, aquela que adota como instituição, um novo paradigma educacional, tornando-se, ela mesma, uma instituição empreendedora

Assim como a disciplina de empreendedorismo tradicional, a de empreendedorismo social também vem sendo introduzida, pelas instituições de ensino, nos seus planos de ensino. Para, Hopkins (2007) as universidades – e inclusive as escolas – podem fornecer aos alunos oportunidades de ensino que compreendam redes de colaboração em suas comunidades e além delas e, assim, instituir a formação de empreendedores sociais

Podemos verificar a introdução do conceito nos currículos de algumas instituições, como por exemplo na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC – SP) que possui a disciplina de Sustentabilidade no oitavo semestre em seu plano de ensino, na Faculdade de Economia e Administração (FEA – USP), com a disciplina de Responsabilidade Empresarial e Empreendedorismo Social, disciplina optativa do sétimo semestre.

Já outras instituições, abordam apenas a disciplina do empreendedorismo tradicional, não incluindo os fatores sociais em seus currículos, como por exemplo a Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV – EAESP), pioneira no assunto com o curso de empreendedorismo em 1981, tendo como disciplina – Novos Negócios, ministrada pelo Professor Ronald Degen. Outro exemplo é a Fundação Armando Álvares Penteado

(FAAP) que também possui apenas a disciplina de Empreendedorismo em sua estrutura curricular.

Preocupada em estimular o empreendedorismo e instigar no aluno a preocupação com a sociedade, a Universidade Presbiteriana Mackenzie trabalha tanto disciplinas de empreendedorismo como a de empreendedorismo social, esta que foi recentemente adotada, porem seus conteúdos já eram abordados em outras disciplinas.

2.6 Diretrizes do curso de Administração

O curso de Administração, devido a sua abrangência em relação ao mercado de trabalho, permite que o discente atue em diversas áreas, uma vez que este possui o conhecimento para exercer atividades em vários segmentos de uma empresa

De acordo com o site da Universidade Presbiteriana Mackenzie:

“O Administrador pode atuar em diversas funções e setores de uma organização, tais como: planejamento estratégico, onde define metas e elabora estratégias a partir da identificação das oportunidades do mercado; área financeira, como controle de custos, orçamentos e investimentos; gerenciamento de produção, no controle dos processos produtivos que envolvem estoque, operações e logística; marketing, onde traça o perfil do público-alvo e define estratégias de preço, comunicação e venda de produtos e serviços; e gestão de recursos humanos, onde elabora planos de cargos, salários e benefícios, bem como identifica aspectos da cultura organizacional.”

Isso leva o curso de Administração ser a graduação mais ofertada no país. Segundo o guia do estudante, ao todo são 1.822 instituições ministram o curso em todo o Brasil, em 2013. De acordo com o Censo da Educação Superior divulgados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), o curso com o maior número de matrículas é o de administração, com 800.114 números de 2013. Ainda de acordo com o censo deste total de estudantes universitários, 5,3 milhões (73,5%) estão nas instituições particulares. O restante (1,9 milhão) se divide entre instituições federais (1,1 milhão), estaduais (604 mil) e municipal (190 mil).

O Guia do Estudante definiu o curso de administração como o gerenciamento dos recursos humanos, materiais e financeiros de uma organização e que o administrador é responsável pelo planejamento das estratégias para o gerenciamento desses recursos; O administrador pode atuar em todos os departamentos, participando dos processos seletivos, contratações e demissões, e está ligado com áreas de marketing, vendas e logística.

O Ministério da Educação (2013) lista as diretrizes curriculares para o curso de administração, como a carga horária mínima de 1600 horas, sendo distribuída em no mínimo dois anos e o máximo quatro anos. Também, descreve o currículo mínimo do curso, em sua

formação básica e instrumental, constituído de: Economia, Direito, Matemática, Estatística, Contabilidade, Filosofia, Psicologia e Sociologia. Na formação profissional entra: Teorias da Administração, Administração Mercadológica, Administração de Produção, Administração de Recursos Humanos, Administração Financeira e Orçamentária, Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais, Administração de Sistemas de Informação. O curso também pode contar com disciplinas eletivas e complementares, além de estágio supervisionado.

O curso de administração visa também formar empreendedores, por isso as disciplinas de empreendedorismo e empreendedorismo social são abordadas, possibilitando que o aluno escolha entre trabalhar em uma grande empresa ou abrir a sua própria.

Segundo Hecke (2011), as pessoas empreendedoras são vistas como criadoras de novas empresas, o que vincula o empreendedorismo a criação de novos negócios. A faculdade de Administração prepara os alunos para trabalharem em empresas e por isso ter um estudo sobre empreendedorismo é essencial.

Devido ao fácil acesso ao conhecimento e os avanços tecnológicos os cursos devem se ajustar as constantes mudanças, segundo o MEC (2005) o currículo do curso de Administração deve conter uma estrutura que atenda a diferentes perfis. Hoje o conceito do empreendedorismo social está muito mais difundido entre as pessoas que passaram a se preocupar com questões sociais e ambientais.

3. Procedimentos Metodológicos

Problema de Pesquisa: Qual a percepção dos docentes que lecionam a disciplina de “Empreendedorismo Social”, na grade do curso de Administração, e como esta matéria é entendida tanto pelos docentes que a lecionam como pelos discentes que a cursam?

Objetivo Geral Compreender qual a percepção dos docentes que lecionam a disciplina de “Empreendedorismo Social”, na grade do curso de Administração, e como esta matéria é entendida tanto pelos docentes que a lecionam como pelos discentes que a cursam.

Objetivos Específicos

- 1) Conceituar, a partir da literatura científica, o conceito de empreendedorismo tradicional e social;
- 2) Identificar as características do empreendedor social;
- 3) Levantar a matriz curricular do curso de Administração.

Pesquisa de caráter qualitativa e exploratória, com aplicação de um questionário para os docentes, sendo, inclusive, possível que os docentes pudessem, ao final, tecer considerações.

As perguntas utilizadas na pesquisa foram as seguintes:

- 1) Conte, por favor, um pouco de sua formação acadêmica e, se quiser, intelectual (interesses literários, artísticos, etc.). Conte, ainda, de sua atuação profissional como docente ou em outra área.
- 2) Há quanto tempo leciona no Ensino Superior? E na UPM?
- 3) Além da disciplina de Empreendedorismo Social, quais as outras disciplinas que leciona ou lecionou?
- 4) Como foi sua participação como docente na disciplina: foi convidado (por quem) ou se voluntariou?
- 5) Em relação à disciplina, como entende o conteúdo desenvolvido (aquedado, inadequado, fraco, etc.)?
- 6) Ainda em relação à disciplina, como entende a bibliografia utilizada? Utiliza outras fontes bibliográficas complementares? Quais?
- 7) Como você compreende a disciplina de Empreendedorismo Social na Grade do curso de Administração?
- 8) Em relação ao curso de Administração, entende ser esta disciplina – Empreendedorismo Social – importante para a formação do aluno? Explique, por favor.
- 9) No que tange aos alunos, percebe que são interessados pela disciplina ou pelo tema do empreendedorismo social? Explique, por favor.
- 10) Para além de sua experiência acadêmica, já participou de alguma atividade como empreendedor social? Já liderou ou participou de projetos sociais?
- 11) Tem ou teve ligação com alguma organização do terceiro setor (ongs, institutos, etc.)? Se sim, em qual área atuava?
- 12) Por fim, quais considerações gostaria de tecer e que, por sua experiência docente, não foi contemplada nestas questões?

As respostas foram todas submetidas à técnica de análise de conteúdo, segundo proposta de Bardin (1977).

4. Resultado e discussão

A categoria 1 apresentou a formação acadêmica e intelectual do docente. O primeiro é mestre e doutora em Administração de Empresas. O segundo é formado em publicidade e propaganda e Administração de Empresas com interesse em aprendizagem organizacional e

cultura organizacional assim como turismo e fotografia. O terceiro é graduado em Ciências Sociais, mestrado em Ciências da Religião e doutorado em Sociologia com formação intelectual em física e metafísica. E o quarto é graduado em Ciências Sociais, Mestre e Doutor em Sociologia assim como possui interesses em literatura, cinema e culinária.

A Categoria 2 explicitou a experiência do discente no ensino superior bem como as disciplinas que leciona. O primeiro lecionou a metodologia do trabalho científico, consultoria interna de RH, Cultura Organizacional, entre outras durante seus 15 anos de docência. O segundo lecionou princípios de empreendedorismo, empreendedorismo social e metodologia do trabalho científico durante seus 14 anos de ensino. O terceiro lecionou Introdução às Ciências Sociais e Sociologia das Organizações com experiência de 8 anos no ensino superior. Por fim, o quarto lecionou Sociologia, Sociologia das Organizações, Empreendedorismo Social e Introdução às Ciências Sociais com 12 anos de experiência na docência.

A Categoria 3 revela a percepção do docente acerca do conteúdo e bibliografia da disciplina. O primeiro classificou o conteúdo assim como a bibliografia como adequado aos propósitos, e disse complementá-las com artigos acadêmicos e da mídia. O segundo classificou o conteúdo como adequado, mas que deve ser melhorado em alguns pontos. O terceiro considera os conteúdos pertinentes e adequados à disciplina, mas acrescentou que mudanças e adequações sempre são bem-vindas, em relação à bibliografia achou adequada e utilizou filmes brasileiros para agregar ao conhecimento dos discentes. O quarto considera o conteúdo, assim como as bibliografias medianas. Assim como afirma Hopkins (2007) as universidades – e inclusive as escolas – podem fornecer aos alunos oportunidades de ensino que compreendam redes de colaboração em suas comunidades e além delas e, assim, instituir a formação de empreendedores sociais. De acordo Degen (2008, p. 26), as universidades devem “motivar e apoiar os seus alunos a promoverem a inclusão social através do empreendedorismo por necessidade” e é exatamente o que os professores buscam ao trazer conteúdos extras.

A Categoria 4 mostra a percepção do docente acerca do perfil dos discentes e do interesse na disciplina. O primeiro disse que a disciplina é importante para a formação de um Administrador e que há turmas interessadas e participativas. O segundo disse que a disciplina é muito relevante para formação crítica e cidadã dos alunos, ainda o segundo entrevistado afirmou que alguns alunos aproveitam bem a disciplina, porém a maioria não atribui grande importância à disciplina. O terceiro afirmou que a disciplina é relevante para a formação do administrador, porém por se tratar de um tema mais focado no desenvolvimento social do que no econômico há um certo desinteresse do público-alvo. E o quarto afirmou que a disciplina

é importante, todavia deveria ser tratado de uma forma mais prática para captar a atenção dos alunos.

Segundo Campelli et al (2011, p. 142):

Uma instituição de ensino empreendedora não é somente aquela que inclui em seu projeto pedagógico disciplinas ou cursos de empreendedorismo, mas, sobretudo, aquela que adota como instituição, um novo paradigma educacional, tornando-se, ela mesma, uma instituição empreendedora.

Os docentes compreendem que a disciplina de Empreendedorismo Social pode ser melhorada, afim de que os alunos vivenciem na prática a disciplina.

5. Considerações Finais

O objetivo dessa pesquisa era analisar qual é a percepção dos docentes que lecionam a disciplina de empreendedorismo social e como esta matéria é entendida tanto pelos docentes que a lecionam como pelos discentes que a cursam. Por meio de uma pesquisa de caráter qualitativa e exploratória obteve-se a resposta, atingindo os objetivos gerais e específicos. Os resultados evidenciaram que os docentes entendem que a disciplina aborda conteúdos relevantes para um aluno de Administração, embora, entendam que os alunos estão mais focados em construir uma carreira no mercado e pouco se preocupam com questões sociais. Os resultados dessa pesquisa não podem ser generalizados, por ter um caráter qualitativo e exploratório não foi possível aumentar a quantidade de informações.

6. Bibliografia

ALMEIDA, R.S.S.; Milward-De-Azevedo, J.A. (2008) *Análise do Ensino do Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração nas Regiões Centro-Sul, Médio Paraíba e Serrana do Estado do Rio de Janeiro. Anais do Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e Encontro Latino Americano de Pós-Graduação*, São José dos Campos, SP, 15 e 11.

Artemisia. Disponível em < <http://artemisia.org.br/> > acesso em 07 Mar. 2016

ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS; MCKINSEY & COMPANY, INC. *Empreendimentos sociais sustentáveis*. São Paulo: Petrópolis, 2001.

ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS; MCKINSEY & COMPANY, INC. *Negócios sociais sustentáveis: estratégias inovadoras para o desenvolvimento social*. São Paulo: Petrópolis, 2006.

ASHOKA BRASIL. Disponível em: <<http://brasil.ashoka.org/conceito-0>>. Acesso em: 10 Dez. 2015

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BENEVIDES, Sérgio. *Empreendedorismo: assim se faz o futuro*. Rumos, Brasília, p.

26-33, dez. 2002.

BRINCKERHOFF, Peter C. *Social entrepreneurship – the art of mission-based venture development*. New York: Wiley, 2000.

CAMPELLI et al. *Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências*. Revista de Ciências da Administração, v.13, n.29, p.133-151, jan/abr. 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2011v13n29p133/17497>>. Acesso em: 03 Nov. 2015.

CARDOSO, Gabriel Mude, você, o mundo! 1. Ed. São Caetano do Sul, SP: 2015.
CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. Metodologia Científica. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2004.

COVIN, J.; SLEVIN, D. *Strategic management of small firms in hostile and benign environments*. Strategic Management Journal, v.10, pp. 75-87, 1989.

DEES, J. Gregory. *Enterprising Nonprofits*. Harvard Business Review, January-February, 1998.

DEES, Gregory J. *The meaning of “social entrepreneurship”*. Disponível em: <http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf>. Texto original criado em: 31 out. 1998. Reformado e revisado em: 30 mai. 2001. Acesso em: 04 Set. 2015.

DEGEN, Ronald Jean. Empreendedorismo: Uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. Revista de Ciências da Administração, v.10, n.21, p.11-30, mai/ago. 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8069.2008v10n21p11/12663>>. Acesso em: 03. Nov. 2015.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
DOLABELA, F. *O Segredo de Luísa*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo Corporativo: Conceitos e Aplicações*. Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 81-90, abril/junho 2004.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

DORNELAS, José; BOAS, Eduardo Vilas; JUNIOR, Caio Ferraz. *Empreenda antes dos 30*. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Disponível em: <<http://eaesp.fgvsp.br/sobre/fgveaesp/mensagem>> Acesso em: 05 Jan. 2015.

Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Disponível em: <<http://graduacao.fgv.br/sobre/matriz-curricular>>. Acesso em: 05 Jan. 2015.

Escola Superior de Propaganda e Marketing. Disponível em: <<http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/matriz-adm-v1.pdf>>. Acesso em: 05 Jan. 2015.

FALCONE, T.; OSBORNE, S. *Entrepreneurship: a diverse concept in a diverse world*. *Anais do Ibero Academy. Academy of Management*. Faculdade de Economia. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, Portugal, Dec, 8-11, 2005.

FERREIRA, Manual Portugal; SANTOS, João Carvalho; SERRA, Fernando A. Ribeiro. *Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. São Paulo: Saraiva, 2010. Fundação Armando Alvares Penteado. Disponível em: <<http://www.faap.br/pdf/faculdades/administracao/portaria40/Estrutura%20Curricular%2020121-01072014.pdf>>. Acesso em: 05 Jan. 2015.

Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <<http://vestibular.fgv.br/cursos/curso-de-administracao-de-empresas-sp>>. Acesso em: 07. Jan. 2015.

Guia do Estudante. Disponível em: <<http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/administracao-negocios/administracao-690663.shtml>>. Acesso em: 07. Jan. 2015.

HECKE, Adriana Pafrath. *A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em Administração e ciências contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba - PR*. Curitiba, 2011. Disponível em: <http://www.ppgcontabilidade.ufpr.br/system/files/documentos/Dissertacoes/Dissertacao_Adriana_Pafrath_Hecke.pdf>. Acesso em: 05. Nov. 2015.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. *Empreendedorismo*. 5 ed., Porto Alegre: Bookman, 2004.

Hoogendoorn, B., Pennings, E., and Thurik, A. R. (2010). *What do we know about social entrepreneurship; an analysis of empirical research*. *International Review of Entrepreneurship*, 8(2), 71-112.

Hopkins, D. *Social entrepreneurship: "real world" activations of the liberal arts education*. 2007. Disponível em: <<http://blogs.middlebury.edu/middlab/files/2011/01/David-Hopkins-Social-Entrepreneurship-Research-Paper.pdf>>. Acesso em: 08 jul. 2015.

INEP. Provas e Gabaritos. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/enade/provas-e-gabaritos-2013>>. Acesso em: 09 Jan. 2016.

KLERK, G. J.; KRUGER, S. *The driving force behind entrepreneurship: an exploratory perspective*. 2003. Disponível em www.kmu.unisg.ch/rencontres/band2002/F_04_deKlerk.pdf. Acesso em: 13.Out.2015.

LAVIERI, C. Educação... empreendedora? In: LOPES, Rose Mary A. (Org.). *Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010. p. 1-16.

MACHADO, Larissa. *Empreendedorismo*. A Gazeta, Vitória, 14 dez. 2003, Suplemento Especial.

MEC. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/barra#acesso-informacao>> Acesso em: 15 Jan. 2015

MEC. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2005/ces_23_2005.pdf>. Acesso em: 15. Jan. 2015.

MEC. Disponível em:
<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&id=12991:diretrizes-curriculares-cursos-de-graduacao> Acesso em: 15 Jan. 2015.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MENDES, Jerônimo. *Manual do Empreendedor: Como Construir um Empreendimento de Sucesso*. São Paulo: Atlas, 2009.

MICHEL, Maria Helena. *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: Um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos metodológicos*. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Edson Marques. *Empreendedorismo Social no Brasil: fundamentos e estratégias*. 2003. 538 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Faculdade de Direito, História e Serviço Social da UNESP, Franca, 2003.

OLIVEIRA, E. M. *Empreendedorismo Social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios*. Revista da FAE, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 9-18, Jul. /Dez. 2004. Disponível em:
<http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v7_n2/rev_fae_v7_n2_02.pdf>. Acesso em: 25. Set. 2015.

OLIVEIRA, Edson M. *Empreendedorismo Social: Da teoria à prática, do sonho à realidade*. Rio De Janeiro: Qualitymark, 2008.

SEBRAE-SP – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo. 10 Anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas. São Paulo: SEBRAE-SP, 2008. Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2008.pdf>>. Acesso em: 26 Nov. 2015.

SHANE, S.; VENKATARAMAN S. *The promise of entrepreneurship as a field of research*. *The Academy of Management Review*, Jan. v. 25, p. 217-236, 2000.
TAVARES, Guilherme de Oliveira et al. *Perfil e características do empreendedor de negócios e do empreendedor social: Um estudo exploratório*. Revista da graduação em Administração, ciências contábeis e ciências econômicas do CCSA/Mackenzie, Vol. 5, n. 2, 2008. Disponível em:
<<http://www.mackenzie.br/portal/dhtm/seer/index.php/jovenspesquisadores/article/view/819/343>>. Acesso em: 17 Jan. 2016.

THALHUBER, Jim. (1998). *The definition of a social entrepreneur” found on National Centre for Social Entrepreneurs*. Disponível no site <www.socialentrepreneurs.org> acesso em 06 Out. 2015.
Universidade de São Paulo - FEA. Disponível em:
<<http://www.fea.usp.br/media/fck/Estrutura%20Curricular%202014%20Diurno%2027-05-13.pdf>>. Acesso em: 20 Jan. 2016.

Universidade Pontifícia Católica. Disponível em:
<http://www.pucsp.br/sites/default/files/download/graduacao/cursos/administracao/matriz_administracao_matutino.pdf>. Acesso em: 03 Nov. 2015.

Universidade Presbiteriana Mackenzie. Disponível em:
<<http://mackenzie.br/administracao.html>>. Acesso em: 05. Nov. 2015.

VALE, G. M. V. *Empreendedores Coletivos em Redes Organizacionais - Novos Agentes Gerando um Padrão Diferenciado de Competitividade. Work Paper*. In: Anais do XXVIII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, Curitiba, 2004.

VIEIRA, Renata M.F.; GAUTHIER, Fernando A.O. *Introdução ao empreendedorismo social*. Anais. II Encontro Nacional de Empreendedorismo. Florianópolis, 2000.

Contatos: mirela_vm@hotmail.com e rodrigoaugusto.prando@mackenzie.br