



O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM IES: UM ESTUDO DO CASO NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

Suzana Gilioli da Costa Nunes ; suzanagilioli@yahoo.com.br; Universidade Federal do Tocantins - UFT

Valtuir Soares Filho; valtuir@uft.edu.br; Universidade Federal do Tocantins - UFT

Kleber Abreu Sousa; kleberabreu@uft.edu.br; Universidade Federal do Tocantins - UFT

RESUMO

Dado o atual contexto brasileiro, marcado pelas várias transformações sociais, econômicas e culturais, o empreendedorismo social surge como uma alternativa para a solução ou mesmo minimização de problemas desta natureza. Este estudo teve como objetivo avaliar o estudo do Empreendedorismo Social no curso de administração da Universidade Federal do Tocantins. Para tanto, foi realizada uma pesquisa quantitativa com os discentes formandos do curso, uma pesquisa qualitativa com um professor do curso de administração da IES pesquisada e análise documental (pesquisa ao Plano Pedagógico do curso). Por meio da análise da matriz curricular foi constatada a inexistência de alguma disciplina que se aproprie de tal tema em seu título. Os resultados das pesquisas quantitativa e qualitativa demonstraram que, embora o grau de importância do ensino do tema atribuído pelos alunos seja alta, a grande maioria informa não ter estudado o tema no decorrer de sua formação acadêmica. Além disso, pode-se citar que por meio da comparação de dados da pesquisa qualitativa com a pesquisa quantitativa, foi possível se perceber certa divergência de opiniões entre os discentes e o Professor entrevistado quanto a forma como deveria ser estudado tal tema no decorrer do curso.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo social, ensino.

THE TEACHING OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN HEI: A CASE STUDY IN THE FEDERAL UNIVERSITY OF TOCANTINS

ABSTRACT

Given the current Brazilian context, marked by the various social, economic and cultural transformations, social entrepreneurship emerges as an alternative to the solution or even minimization of problems of this nature. This study aimed to evaluate the study of Social Entrepreneurship in the administration course of the Federal University of Tocantins. For that, a quantitative research was carried out with the trainee students, a qualitative research with a professor of the IES course of study and documentary analysis (research to the Pedagogical Plan of the course). Through the analysis of the curricular matrix was verified the inexistence



of some discipline that appropriates this theme in its title. The results of the quantitative and qualitative researches showed that, although the degree of importance of the teaching of the subject attributed by the students is high, the great majority informs not to have studied the subject in the course of its academic formation. In addition, it can be mentioned that by comparing data from qualitative research with quantitative research, it was possible to perceive a certain divergence of opinions between the students and the Professor interviewed as to how such subject should be studied during the course .

Key words: entrepreneurship, social entrepreneurship, teaching.

1. INTRODUÇÃO

Diante dos muitos problemas socioeconômicos atuais - disparidade econômica, geração e distribuição de renda, recessões, desenvolvimento humano, sustentabilidade, qualidade de vida, dentre outras – o empreendedorismo tem se mostrado frequentemente e de maneira crescente como alternativa de minimização de tais problemas, bem como alternativa de carreira, diante das dificuldades socioeconômicas que assolam o país, e reduzem as oportunidades de inserção no mercado de trabalho para aqueles que o querem fazer (CRUZ JÚNIOR et al, 2006; NEVES; GUEDES; SANTOS, 2010).

Para tanto, faz-se necessário a criação de um novo perfil profissional, cabendo às ‘instituições educadoras e, mais especificamente, aos educadores, contribuir para o desenvolvimento de uma educação empreendedora, incentivando os alunos a explorarem o espaço potencial para o empreendedorismo no país’ (CRUZ JÚNIOR et al, 2006, p. 3).

Pode-se conceituar empreendedorismo social como o reconhecimento, avaliação e exploração de oportunidades que podem resultar em algum valor social (SANTOS, GALLELI, 2013). Para Oliveira (2004), trata-se antes de tudo de uma ação inovadora centrada no campo social, cujo processo se inicia com a observação de uma situação-problema social, para a qual se procura, elaborar uma alternativa que possibilite sua solução.

A realização deste estudo se justifica pela importância que acredita-se que deve ser atribuída ao tema, haja visto que visa o bem estar social, beneficiando a sociedade como um todo. Além disso, entende-se que este estudo possa vir a contribuir para pesquisadores interessados pelo tema. Espera-se com isso, e tendo-se como base o estudo realizado por Santos e Galleli (2013), avaliar o estudo do tema empreendedorismo social no curso de Administração da maior Universidade do Tocantins.

Assim sendo, este artigo objetiva responder à pergunta: Como se dá o ensino do tema empreendedorismo social no curso de Administração da Universidade Federal do Tocantins?

Para responder a esta questão, têm-se como objetivo geral: avaliar o estudo do tema empreendedorismo social no curso de Administração da Universidade Federal do Tocantins. Este se desdobrou nos seguintes objetivos específicos: a) identificar, por meio da aplicação de um questionário validado por Silva (2010) e adaptado pelas autoras, a percepção dos alunos



quanto ao ensino do tema empreendedorismo social no curso de Administração da Universidade Federal do Tocantins; b) Identificar, por meio de pesquisa qualitativa a importância da inserção do tema empreendedorismo social em cursos de administração.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: a primeira parte trata-se da introdução; a segunda contempla o referencial teórico, na qual será discorrido sobre o tema empreendedorismo, com foco no empreendedorismo social e sobre o ensino da temática em IES brasileiras; a terceira parte corresponde a metodologia, na qual é evidenciado o tipo de pesquisa realizada; a quarta parte abrange a análise e discussão dos resultados da pesquisa e, por fim, a quinta parte que trata das considerações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO – CONTEXTUALIZAÇÃO E CONCEITO

Este tópico se propõe a abordar o tema empreendedorismo em seu contexto geral, e contemplará a contextualização histórica e a delimitação do conceito, conforme se segue.

2.1.1 Contexto histórico

A evolução do tema empreendedorismo há muito vem sendo analisado. Por outro lado, no Brasil, somente a partir de meados da década de 1990 iniciaram-se estudos mais profundos sobre o referido tema. Estes estudos por sua vez, tinham como foco principal o empreendedorismo corporativo, que por vezes eram voltados para o bem das empresas privadas. Vários autores tratam o tema, vinculando-o a fatores ligados ao desenvolvimento econômico, geração de emprego e riqueza. Todavia, há estudos avançados em pesquisas, cujo objetivo está no entendimento de um conceito sobre o que vem a ser o empreendedorismo social (SCHMITT JUNIOR; BEILER; WALKOWSKI, 2011; SILVA; MARTINS, 2010).

Cruz Júnior et al (2006) observa que apesar de o fenômeno do empreendedorismo ser antigo, foi apenas nos últimos 20 anos que a discussão sobre o tema atingiu relevância, tanto na discussão acadêmica quanto no âmbito de políticas públicas. Corroboram com esta ideia Pelagio et al (2013) ao verificarem que no meio acadêmico, o tema empreendedorismo emergiu com maior intensidade nos últimos vinte anos.

Christian Henrique e Cunha (2008) realizaram um estado-da-arte de práticas didático-pedagógicas utilizadas no ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação e pós-graduação nacionais e estrangeiros, no qual identificaram que as IES têm implantado o ensino de empreendedorismo em suas grades curriculares de graduação e pós-graduação, objetivando manterem-se em consonância com os diversos e crescentes desafios socioeconômicos e



políticos atuais, que tem pressionado os jovens a buscar o auto-emprego – empreendimentos independentes, e, por outro lado, a busca das organizações por indivíduos com o espírito empreendedor.

2.1.2 Conceitos

A noção de empreendedorismo é bastante heterogênea. Suas diversas perspectivas se exprimem nos distintos conceitos utilizados na literatura para defini-lo. Todavia, tal diversidade conceitual apresenta algo de comum - a ‘relação do ato de empreender com a capacidade de inovar, a qual está vinculada ao conceito de desenvolvimento’ (SOUZA; LOPEZ JÚNIOR, 2011, p. 122).

Para Maximiano (2012) ainda que existam empreendedores em todas as áreas da atividade humana, em sentido restrito da palavra empreendedorismo está relacionado a pessoas que mobilizam recursos e correm riscos para fundar empresas – uma organização de negócios. Já para Oliveira (2012, p.379), “empreendedorismo é um processo evolutivo e inovador da capacidade e habilidade profissionais direcionadas à alavancagem dos resultados das organizações e à consolidação de novos projetos estrategicamente relevantes”.

O empreendedorismo tem sido percebido como mais uma alternativa de solução diante das questões econômicas e sociais que devastam o mundo contemporâneo, tais como, a disparidade econômica, geração e distribuição de renda, recessões, desenvolvimento humano, sustentabilidade, qualidade de vida, dentre outras (NEVES; GUEDES; SANTOS, 2010). Recentes estudos têm relacionado ação empreendedora à resposta de atuais dilemas tais como o processo de globalização (SILVA; MARTINS, 2010).

Neste sentido, uma prática que está bastante evidenciada e visualizada como grande sucesso, diz respeito a relação do empreendedorismo com o âmbito social. ‘É a busca de inovar e buscar empreender para levar à sociedade benefícios significativos’. Tendo esse segmento como ponto de partida, ‘o mundo despertou para o estudo e análise de cientistas, que abordam sobre este novo segmento de negócio, o chamado Empreendedorismo Social’ (SANTOS, 2015, p. 4).

Partindo-se do que foi delimitado à cerca do tem empreendedorismo, questiona-se: O que é, afinal, Empreendedorismo social? Para responder a tal questionamento, o tópico a seguir contempla a contextualização e a delimitação do conceito.

2.2 Empreendedorismo social

O empreendedorismo social surge no contexto brasileiro a partir dos anos 1990, diante da crescente problematização social, onde pode-se destacar: redução de investimentos públicos em âmbito social, a inflexão no mercado de trabalho, o aumento da desigualdade



social no país, o lento crescimento no IDH, o crescimento das organizações do terceiro setor e participação das empresas em ações sociais (NEVEZ, GUEDES, SANTOS, 2010; OLIVEIRA, 2004; SCHMITT JUNIOR; BEILER; WALKOWSKI, 2011).

Neves, Guedes e Santos (2010) reforçam esta ideia destacando que, neste período da relativo aos anos 1990, o empreendedorismo social se fortalece devido ao crescimento no número de organizações do terceiro setor e o fortalecimento de formas alternativas de organização no mercado de trabalho formal, onde práticas de gestão social passam a ser encaminhadas.

Há consenso entre alguns autores no que se refere ao conceito de empreendedorismo social, no qual revelam que pesquisas relativas ao tema ainda são incipientes, e a formação de conceito ainda não é formalizada e está em desenvolvimento (OLIVEIRA, 2004; SCHMITT JUNIOR; BEILER; WALKOWSKI, 2011). Porém, vale destacar alguns conceitos que delimitam bem o tema empreendedorismo social.

Na concepção de Santos et al (2015) o empreendedorismo social se difere do empreendedorismo convencional por algumas razões simples: o que antes tinha como foco o mercado, na qual as empresas visam sobretudo a maximização do lucro, possibilita a abertura de medidas que ao mesmo tempo podem ser lucrativas e sociais. Assim, “o empreendimento social projeta a obtenção de rentabilidade, ou seja, retorno financeiro, no entanto sua atuação possui uma visão com ênfase em ações de retornos positivos dentro de determinada sociedade” (SANTOS et al, 2015, p. 2).

Reforçando esta ideia, tem-se que o empreendedorismo social se baseia na cooperatividade, é voltado para desenvolvimento autônomo e autogestionário de cada pessoa, comunidade e nação. Apoia-se na dimensão indivíduo-grupo-coletividade-comunidade-sociedade, busca evidenciar a sustentabilidade e o respeito ao meio, e tem como seus principais agentes, membros da comunidade (NEVES; GUEDES; SANTOS, 2010).

Pode-se conceituar empreendedorismo social como o reconhecimento, avaliação e exploração de oportunidades que podem resultar em algum valor social (SANTOS, GALLELI, 2013). Para Oliveira (2004), trata-se antes de tudo de uma ação inovadora centrada no campo social, cujo processo se inicia com a observação de uma situação-problema social, para a qual se procura elaborar uma alternativa que possibilite sua solução.

Algumas características fundamentais do empreendedorismo social observadas por Oliveira (2004, p.15) são:

- 1.º) deve ser inovador;
- 2.º) ser realizável;
- 3.º) ser autossustentável;
- 4.º) envolver várias pessoas e segmentos da sociedade, principalmente a população atendida;
- 5.º) provocar impacto social e permitir que seus resultados possam ser avaliados. Os passos seguintes são: colocar essa idéia em prática, institucionalizar e gerar um momento de maturação até que seja possível a sua multiplicação por outras localidades, criando, assim, um processo de rede de atendimento ou de franquia social, até se tornar política pública.



Assim, pode-se observar que o empreendedorismo social visa o trabalho coletivo e não o individual, seus resultados, seja em produtos e serviços destinam-se à comunidade, seu foco é na busca de soluções para os problemas sociais e visa sempre respeitar e ajudar as pessoas da sociedade que se encontram em situação de vulnerabilidade (SCHMITT JUNIOR; BEILER; WALKOWSKI, 2011).

Para Santos et al (2015) o empreendedorismo social configura ações e atitudes voltadas à solução de problemas sociais, usando-se de ferramentas empreendedoras que partam da inquietação de determinada situação social e que busquem atingir o todo. Ainda de acordo com os autores, vale ressaltar que o empreendedorismo social não abre mão do lucro, mas seu principal objetivo não é este, e sim proporcionar o bem estar social.

Para a Oliveira (2004), o empreendedorismo social proporciona:

- a) resultados sociais de impacto;
- b) cria capital social e empoderamento;
- c) resgata a autoestima e a visão de futuro;
- d) é dinâmico motiva e cativa as pessoas ao engajamento cívico;
- e) tem ênfase na geração de novos valores e mudança de paradigmas;
- f) tem na inovação, na criatividade e na cooperação os pilares de suas ações.

Com base nos conceitos explicitados e nas características do empreendedorismo social, percebe-se que não se trata apenas de filantropia, nem tampouco assistencialismo, mas de projetos que contemplam uma missão social em suas ações (SOUZA; XAVIER FILHO; SOUSA, 2013).

Por fim, na concepção dos autores Santos e Galleli (2013), ainda que o empreendedorismo social seja de grande interesse nacional, aquele ainda enfrenta inúmeros desafios, oriundos de condicionamentos sociais, políticos e econômico, e principalmente culturais e ambientais.

Neste contexto, surge a instituição universitária que, ‘enquanto centro de investigação e geração de conhecimento, apresenta-se como um núcleo importante para a formação em empreendedorismo social’, especialmente na (re)organização e diálogo dos saberes com o objetivo de se aproximar dos problemas sociais e da sociedade. Assim, o curso de Administração se apresenta como o mais adequado a incorporar essa temática como disciplina acadêmica (SANTOS; GALLELI, 2013, p. 155).

O próximo tópico fará uma breve contextualização quanto ao ensino do empreendedorismo em universidades brasileiras.

2.3 O ensino do empreendedorismo nas universidades brasileiras



Não são muitas as pesquisas nacionais destinadas à compreensão do ensino do Empreendedorismo social em universidades brasileiras. Santos e Galleli (2013), identificaram essa lacuna e realizaram um estudo, de natureza qualitativa, com o objetivo de investigar a incidência da disciplina nos cursos de Administração nas universidades federais e principais estaduais do Brasil. Segundo os autores, no âmbito universitário, o curso de Administração é o que pode proporcionar mais avanços neste contexto do ensino de empreendedorismo social.

Santos e Galleli (2013) consideraram para a realização da pesquisa, apenas universidades federais e estaduais, na qual foram pesquisadas efetivamente 34 federais e 9 estaduais. Após o resultado, os autores destacam que a incidência do ensino de empreendedorismo social em universidades públicas do Brasil, pode ser caracterizada em quatro grupos:

- a) o não ensino de qualquer disciplina que ao menos contenha algum aspecto relacionado a temática;
- b) o ensino de disciplinas obrigatórias ou optativas que se associam apenas indiretamente com temas sociais;
- c) o ensino de disciplinas optativas relacionadas à temática do empreendedorismo social; e
- d) o ensino de disciplinas obrigatórias associadas ao empreendedorismo social.

Com base nos resultado da pesquisa, pode-se destacar os seguintes pontos analisados pelos autores Santos e Galleli (2013):

- O ensino de empreendedorismo social ainda é muito incipiente nas universidades públicas brasileiras;
- O empreendedorismo social ainda enfrenta inúmeros desafios em sua amplitude nacional, decorrentes de fatores econômicos, políticos, sócias e, sobretudo, ambientais e culturais;
- O acesso à educação, construção e disseminação do conhecimento sobre o tema, especialmente por meio de universidades, é fator indispensável para a superação destes desafios.

Assim sendo, uma vez apresentada a revisão bibliográfica, parte-se então para a delimitação deste estudo, a partir dos métodos utilizados para a realização da pesquisa, conforme se segue no próximo tópico.

3. METODOLOGIA

Nas pesquisas classificadas como sendo do tipo pesquisa descritiva, os fenômenos do mundo físico e humano são estudos, todavia não manipulados pelo pesquisador. Logo, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem interferência do pesquisador. Uma das principais características desse tipo de pesquisa diz respeito à



utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, realizada principalmente através de questionários e da observação sistemática (GIL, 2008; ANDRADE, 2010).

Quantos aos procedimentos – maneira pela qual se obtêm os dados necessários – esta pesquisa se apresenta como sendo bibliográfica e de campo. Bibliográfica porque “todo trabalho científico pressupõe uma pesquisa bibliográfica preliminar”. E de campo porque a coleta de dados foi efetuada em campo, “onde ocorrem espontaneamente os fenômenos, uma vez que não há interferência do pesquisador sobre eles” (ANDRADE, 2010, p. 113-114).

No que tange a técnica de coleta de dados, fora utilizado para este estudo questionário adaptado de Silva (2010), dividido em duas partes, sendo a primeira para identificação do respondente e a segunda parte correspondendo a 7 questões objetivas específicas relacionadas ao ensino do empreendedorismo. De acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007), o questionário concentra um conjunto de questões relacionadas com um problema central, e possibilita medir com mais exatidão o que se pretende.

Este estudo trata-se de uma pesquisa descritiva e bibliográfica, de natureza qualitativa e quantitativa, onde foram aplicados questionários com questões fechadas para alunos do 7º e 8º períodos de cursos de Administração da Universidade Federal do Tocantins, campus Palmas, pesquisa documental (consulta ao Plano Pedagógico do curso), consulta a Coordenação do Curso de Administração, bem como realizada entrevista com professor do curso de Administração e Mestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade Federal do Tocantins, Professor Dr. Airton Cançado.

Optou-se por realizar a pesquisa quantitativa junto aos acadêmicos dos dois últimos períodos do curso (7º e 8º períodos), tendo em vista que, de acordo com o Plano Pedagógico do curso, são alunos formandos, e que já cursaram aproximadamente 80% da carga horária obrigatória do curso. A população total é de 47 alunos, sendo 19 do 7º período e 28 do 8º período. Os questionários foram disponibilizados impressos e aplicados em sala de aula para os alunos. Foram obtidos 27 questionários resposta, dos quais 7 foram desconsiderados devido imprecisão na identificação do período. Desta forma a amostra total é de 20 alunos, sendo não probabilística.

Os resultados da aplicação de tal instrumento, bem como a análise dos resultados obtidos, são abordados no próximo tópico.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados foram segregados em dois tópicos, onde o primeiro, 4.1, trata dos resultados obtidos por meio da aplicação do questionário na pesquisa quantitativa. No tópico 4.2, demonstra-se os dados obtidos na pesquisa qualitativa e, por fim, no tópico 4.3 faz-se a discussão à cerca dos mesmos.



4.1 Pesquisa quantitativa

A pesquisa quantitativa foi realizada durante o período de 14 a 18 de dezembro de 2015. Quanto aos dados demográficos, tem-se que 60% dos respondentes estão cursando o sétimo período do curso, e 40% estão cursando o oitavo período, e todos com previsão de conclusão do curso no ano de 2016. Quanto ao sexo, 45% é do sexo feminino e 55% do sexo masculino. 50% dos respondentes possuem entre 21 e 25 anos de idade, 30% de 26 a 30 anos, e 5% possuem até 20 anos.

A primeira pergunta do questionário da parte específica visava identificar na percepção do aluno se a formação acadêmica de graduação oportunizou a presença do enfoque empreendedorismo social. 30% dos alunos responderam que sim, enquanto 70% responderam que não, ou seja, não identificaram ao longo da sua formação o enfoque do empreendedorismo social.

Na segunda pergunta, indagava-se o que deveria ser focado no ensino do empreendedorismo, atribuindo pesos de 1 a 5, sendo 1 pouco importante e 5 muito importante, conforme Tabela 1.

Tabela 1: Questão 2: O que deveria ser focado no ensino do empreendedorismo?

	1. POUCO IMPORTANTE	2	3	4	5. MUITO IMPORTANTE
Conceitos de empreendedorismo	0%	0%	10%	20%	70%
Características/ perfil empreendedor	0%	0%	10%	25%	65%
Plano de negócios	0%	0%	5%	40%	55%
Interpreneurship	0%	5%	25%	55%	15%
Empreendedorismo: exemplos de sucesso e fracasso	0%	5%	15%	40%	40%
Auto-avaliação do espírito empreendedor	0%	5%	15%	50%	30%
História do empreendedorismo	0%	15%	35%	25%	25%
Empreendedorismo social	0%	0%	15%	50%	35%



Empreendedorismo no Brasil	0%	10%	10%	35%	45%
-----------------------------------	----	-----	-----	-----	-----

Fonte: Elaborada pelas autoras com base nos resultados da pesquisa (2016).

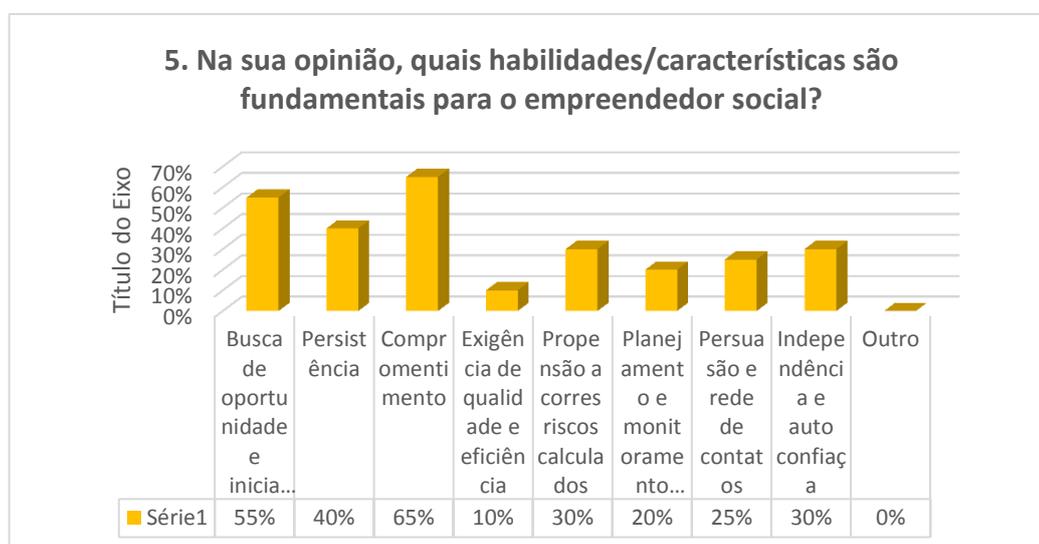
Os resultados, conforme se pode observar na Tabela 1, evidenciam que 85% dos respondentes atribuíram notas 4 e 5, alto grau de importância, para o foco em empreendedorismo social no ensino do empreendedorismo. Nenhum respondente atribuiu pouca importância.

A terceira questão objetivava identificar o grau de conhecimento dos alunos sobre o tema empreendedorismo social, por meio de uma escala que varia entre Não tenho conhecimento e Tenho muito conhecimento. 55% dos respondentes afirmaram possuir conhecimentos sobre o tema, 40% afirmaram ter pouco conhecimento e os demais 5% afirmaram não ter nenhum conhecimento sobre o tema. Nenhum respondente afirmou ter muito conhecimento sobre o tema.

A quarta questão pedia que os respondentes caracterizassem o ensino do empreendedorismo social em cursos de Administração em uma escala que varia entre Não importante e Muito Importante. 55% dos respondentes caracterizaram como Importante, 40% caracterizaram como Muito Importante, 5% caracterizaram como Pouco importante. Nenhum respondente caracterizou como Extremamente Importante ou Não Importante.

Na quinta questão, pedia aos respondentes que estes indicassem com base em sua opinião quais habilidades/características são essenciais para o empreendedor social, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1: Questão 5: Quais habilidades/características são fundamentais para o empreendedor social?



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos resultados da pesquisa (2016).

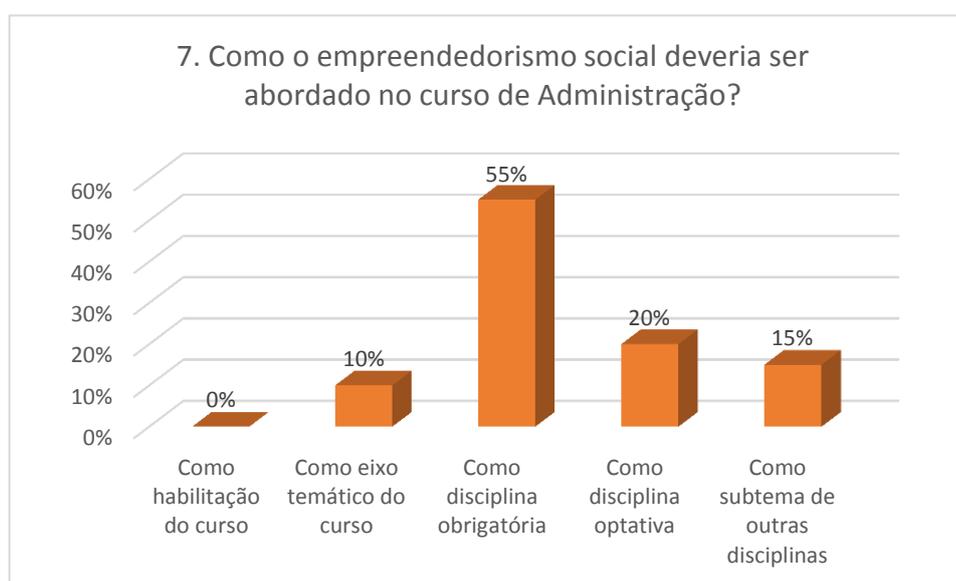


As habilidades/características mais indicadas pelos respondentes foram: comprometimento com 65%, busca de oportunidade e iniciativa com 55%, seguido de persistência com 40%. Já as habilidades/características menos indicadas foram: exigência de qualidade e eficiência com 10%, e planejamento e monitoramento com 20%. Nenhum respondente indicou outra habilidade/característica além das elencadas.

A sexta questão buscava identificar a relação entre empreendedorismo social e o melhor desempenho da função do administrador na percepção dos respondentes. 70% dos respondentes acreditam que há relação entre o empreendedorismo social e o melhor desempenho da função do administrador, 30% acreditam haver pouca relação. Nenhum respondente indicou não haver relação entre ambos.

A sétima e última questão buscava-se identificar como o ensino do empreendedorismo social deveria ser abordado em cursos de Administração na concepção dos respondentes, conforme Gráfico 2.

Gráfico 2: Questão 7: Como o empreendedorismo social deveria ser abordado no curso de Administração



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos resultados da pesquisa (2016).

De acordo com os resultados obtidos na questão 7, observou-se que a maior parte dos respondentes – 55% - acreditam que o empreendedorismo social deveria ser abordado como disciplina obrigatória no curso de Administração, enquanto 20% acreditam que deveria ser abordado como disciplina optativa, 15% como subtema de outras disciplinas e 10% como eixo temático do curso. Nenhum respondente acredita que o empreendedorismo social seja tratado como habilitação do curso de Administração.



4.2 Pesquisa qualitativa

Além da pesquisa quantitativa, foi realizada uma pesquisa qualitativa, entrevista com o Professor Dr. Airton Cançado, professor do curso de Administração desde o ano de 2006 e de pós-graduação em Desenvolvimento Regional na Universidade Federal do Tocantins, objetivando-se fazer um paralelo entre a percepção dos alunos e a de um Professor à cerca do Ensino do empreendedorismo social em cursos de administração.

A entrevista foi realizada no dia 21 de dezembro de 2015, com questionário semiestruturado e com perguntas abertas.

Já na primeira pergunta buscou-se identificar qual a concepção do entrevistado sobre o que seria o empreendedorismo social. De acordo com o mesmo, o empreendedorismo social é um conceito que vem se renovando, mas vêm da década de 90, final da década de 80. A “ideia do empreendedorismo social é que a pessoa empreenda um negócio que tenha um fim social”, todavia, a ideia de negócio também está presente.

A segunda pergunta, buscou identificar a importância do empreendedorismo social, e do empreendedor social no contexto atual da sociedade brasileira. Segundo o entrevistado, o empreendedor social tem sua importância, bem como sua atuação, no entanto faz algumas ressalvas: “a partir do momento em que você começa a enxergar o social como um negócio, você tem alguns problemas”. Segundo o mesmo, se o social passa a ser visto com a ideia de negócio, sempre haverá a necessidade da existência de grupos não beneficiados por algo, para que este negócio se mantenha.

O entrevistado afirma ainda que o empreendedorismo não é uno, todavia, na concepção do mesmo o empreendedorismo social tem essas duas vertentes principais: “a primeira, que é um negócio, que olha o social, e a segunda: que é uma atuação que eu faço na comunidade para poder melhorar a comunidade”.

Na terceira pergunta, questionava-se: qual a importância do ensino do empreendedorismo social em cursos de Administração? Na concepção do entrevistado “uma disciplina de empreendedorismo social talvez fosse muito, mas, uma, uma parte de empreendedorismo onde você enfocasse também as possibilidades de trabalho com negócio social, seria interessante”. Ainda, acredita que o ensino do empreendedorismo social poderia estar dentro de cursos tais como Gestão do Terceiro Setor e Gestão de ONGs.

Na quarta pergunta, questionou-se a diferença entre empreendedorismo social e outras denominações como por exemplo, gestão social. De acordo com o entrevistado, primeiramente a gestão social é um processo de tomada de decisão coletiva, enquanto que, o empreendedorismo social é uma iniciativa individual. Dessa forma, a primeira é coletiva, enquanto que o segundo é individual. O empreendedorismo social é um negócio, já a gestão social não é, mas sim “uma gestão da sociedade pela própria sociedade”. Finaliza afirmando que “talvez, no caso do empreendedorismo seja, o social objeto, e no caso da gestão social, o social seja sujeito”.

Posteriormente, questionou-se o entrevistado sobre quais características/habilidades podem ser definidas como importantes na figura do empreendedor social. Segundo o



entrevistado, vale ressaltar que primeiramente o empreendedor social possui as mesmas características do empreendedor tradicional. Porém ressalta que uma habilidade fundamental do empreendedor social consiste em “entender o social de uma forma mais ampla, e não só como um negócio”.

Por fim, na sexta questão perguntou-se como deveria ser abordado o tema empreendedorismo social em sua percepção enquanto professor do curso de Administração. Para o entrevistado, abordar o tema como parte de uma disciplina seria suficiente para o que se pretende, por exemplo, como uma perspectiva a ser tratada dentro da disciplina de Gestão Empreendedora, mas que é fundamental que o aluno não saia da graduação sem pelo menos ter ouvido falar sobre o tema.

4.3 Discussão dos resultados

Os resultados da pesquisa quantitativa e a análise prévia da matriz curricular, permitiram auferir que não há disciplina do curso voltada especificamente para tratar sobre o tema em si. De acordo com a Matriz do curso de Administração da universidade pesquisada, há apenas uma disciplina denominada Gestão empreendedora que traz em sua denominação a referência ao tema empreendedorismo, sendo percebida a ausência de alguma referência ao tema empreendedorismo social. Desta forma, se o tema é abordado no decorrer do curso, como identificado por apenas 30% dos respondente, provavelmente pode ter sido tratado como um assunto aleatório dentro de alguma disciplina, embora tenha-se notado que pelo menos 85% dos respondentes atribuem alto grau de importância ao tema, dentro do ensino do empreendedorismo.

Essa valorização do tema empreendedorismo social por parte dos respondentes pode ser claramente identificada nos resultados da quarta questão, onde 95% dos respondente caracterizam o ensino do empreendedorismo social como importante ou muito importante no curso de Administração.

Contrastando-se os resultados da última questão da pesquisa quantitativa, com a percepção do Professor entrevistado na pesquisa qualitativa, percebe-se que há certa divergência no que se refere ao grau de abordagem do tema nos cursos de Administração. Têm-se que 55% dos respondentes, a maioria, acredita que o empreendedorismo social deveria ser tratado como uma disciplina obrigatória do curso, enquanto que na percepção do Professor entrevistado, já seria suficiente a abordagem do tema apenas como uma perspectiva (ou subtema) da disciplina de Gestão empreendedora.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo-se do pressuposto de que o objetivo principal deste artigo consistia em identificar se o tema empreendedorismo social é estudado no curso de Administração da Universidade Federal do Tocantins, pode-se afirmar que o mesmo foi alcançado, embora o tamanho da amostra não corresponda a 50% da população pesquisada.

Embora haja consenso entre vários autores de que a pesquisa sobre o tema empreendedorismo social sejam incipientes e que ainda é um conceito em formação, os resultados desta pesquisa apontam que a maioria, 55%, da amostra pesquisada afirma possuir conhecimentos sobre o tema, mesmo que 70% dos respondentes não tenham identificado durante sua formação, o enfoque do tema empreendedorismo social.

De acordo com o Professor entrevistado, o empreendedor social precisa entender o social de forma mais ampla, não apenas como um negócio, o que está em acordo com a percepção de Santos et al (2015) de que o empreendedorismo social não abre mão do lucro, mas seu principal objetivo não se é este, e sim proporcionar o bem-estar social.

Espera-se que este estudo possa contribuir futuramente para o desenvolvimento de mais pesquisas sobre este tema, haja visto que é um conceito em formação e que ainda carece de pesquisas relativas, especialmente no que se refere ao ensino. Sugere-se que em futuras pesquisas, possa-se fazer paralelos entre o ensino do empreendedorismo social em IES públicas e privadas, a fim de identificar possíveis divergências entre ambas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CHRISTIAN HENRIQUE, Daniel; CUNHA, Sieglinde Kindl da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **Revista de Administração Mackenzie – RAM**, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

CRUZ JÚNIOR, João Benjamim; ARAÚJO, Pedro da Costa; WOLF, Sérgio Machado; RIBEIRO, Tatiana V. A. Empreendedorismo e Educação Empreendedora: Confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, v. 8, n. 15, jan./jun. 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.



MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria Geral da Administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

NEVES, Edson Oliveira; GUEDES, Cezar Augusto Miranda; SANTOS, Kléber Carvalho dos. Empreendedorismo social e sustentabilidade: um estudo de caso sobre o projeto “mulheres em ação jogando limpo com a natureza” do IFNMG. **Revista Eletrônica de Ciências Empresariais**. Ano 03, Núm. 06, Jan./Jun de 2010. 1983, p. 1-17.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Teoria Geral da Administração: uma abordagem prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias Marques. **Rev. FAE**, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.

PELAGIO, Emanuely Alves; ROCHA, Luiz Célio Souza; MACHADO, Hilka Vier; AÑEZ, Miguel Eduardo Moreno. Empreendedorismo e Estratégia sob a Ótica da Lógica *Effectuation*. **Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE**, v. 12, n. 2, p. 228-249, São Paulo, abr./jun. 2013.

SANTOS, Dayane de Abreu; ASSUNÇÃO, Priscilla Karley Vieira de; DEUS, Amanda Cristina Souza de; GÓES, Antônio Oscar Santos. **O empreendedorismo social como filosofia de negócio: um caso no município de Arataca, Bahia**. *Gestão Estratégica: tecnologia e o impacto nas organizações*, p. 1-10, Ponta Grossa, 2015.

SANTOS, Luiz Miguel Luzio dos; GALLELI, Bárbara. O ensino do empreendedorismo social nos cursos de administração das universidades brasileiras. **Administração Pública & Social (APGS)**. Viçosa, v. 5, n. 2, pp. 153-173, abr./jun. 2013

SCHMITT JUNIOR, Ademir; BEILER, Grazielle; WALKOWSKI, Marcelo. Empreendedorismo social e responsabilidade social: Uma abordagem conceitual. **VIII Convibra Administração**. 2011, p. 1-12.



SILVA, Antônio dos Santos; MARTINS, Henrique Cordeiro. Empreendedorismo Social: um Estudo da Relação entre os Elementos Constituintes do Empreendedorismo e a Gestão de Organizações Sociais. **EnANPAD 2010**, p. 1-17, Rio de Janeiro, jan.2010.

SOUZA, Eda Castro Lucas; LOPEZ JÚNIOR, Gumersindo Sueiro. Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma relação em aberto. **Revista de Administração e Inovação - RAI**, v. 8, n. 3, p.120-140, São Paulo, jul./set. 2011.

SOUZA, Lianna Karla Veras e; XAVIER FILHO, Jose Lindenberg Julião; SOUSA, Jefferson Lindbergh de. Empreendedorismo Social e o Programa “Empreender Comunidade” da Prefeitura Municipal de Garanhuns/PE: O Caso da Fábrica de Sabão Ecológico do Vale do Mundaú. **XXXVII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, 2013, p. 1-13.