

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MAYARA MICHELON

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL:
PERCEPÇÃO, CONHECIMENTO E GRAU DE INTERESSE DOS ALUNOS DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS CHAPECÓ**

**CHAPECÓ
2023**

MAYARA MICHELON

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL:
PERCEPÇÃO, CONHECIMENTO E GRAU DE INTERESSE DOS ALUNOS DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS CHAPECÓ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração, da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de bacharel em Administração

Orientador: Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta

CHAPECÓ

2023

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Michelon, Mayara

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: PERCEPÇÃO, CONHECIMENTO E GRAU DE INTERESSE DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS CHAPECÓ / Mayara Michelon. -- 2023.
63 f.

Orientador: Dr. Humberto Tonani Tosta

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2023.

1. Empreendedorismo Social. 2. Impacto social. 3. Educação empreendedora. I. Tosta, Humberto Tonani, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

Elaborada pelo sistema de Geração Automática de Ficha de Identificação da Obra pela UFFS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

MAYARA MICHELON

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL:
PERCEPÇÃO, CONHECIMENTO E GRAU DE INTERESSE DOS ALUNOS DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS CHAPECÓ**

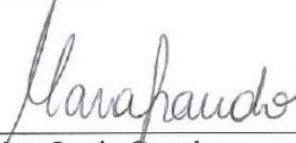
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração, da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de bacharel em Administração.

Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 23/08/2023.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta
Orientador



Prof.ª M.ª Mara Lucia Grandó
Avaliadora



Prof. Esp. Andrei Moreira Neves
Avaliador

Aos meus pais, Airto e Yone, e meu irmão
Luiz, por serem a minha base.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela minha vida, por possibilitar e edificar minha jornada até aqui. Aos meus pais, Aírto e Yone, palavra alguma seria capaz de exprimir o quanto sou grata por suas vidas e por tudo o que fazem por mim. Agradeço pela compreensão e todo o apoio neste período tão importante que foi a minha graduação. Agradeço ainda pelos valores que me repassaram e que serviram como base para a formação do meu caráter, o que acaba por influenciar em todas as escolhas e decisões que tenho no presente. Meu pai, sempre tão solícito, sua dedicação ao próximo sempre serviu de inspiração para mim. Minha mãe, sempre tão dedicada, seu foco e firmeza me fazem encarar os problemas com mais confiança. Obrigada por serem exatamente como são. Dedico cada palavra a vocês.

Ao meu irmão Luiz, que apesar da distância sempre se fez presente e esteve disponível para me auxiliar em quaisquer que fossem os obstáculos encontrados no caminho. Ter seu apoio foi fundamental para a conclusão deste trabalho. Sou imensamente grata por toda a sua dedicação a nossa família.

Aos meus avós, que sempre enfatizaram a importância da formação no ensino superior. Em especial ao meu avô Newton (*in memoriam*), que me inspirou tanto através de sua trajetória de vida e da busca contínua por conhecimento. Um grande empreendedor. Não por querer construir grandes riquezas, mas porque deixou sua marca na vida de cada um que teve a oportunidade de conhecê-lo. Sem dúvidas recordar sua trajetória contribuiu para a escolha deste tema.

Agradeço a todos os amigos e familiares, que estiveram a par de todo este processo da minha formação. Que contribuíram de alguma forma para que eu findasse este ciclo de forma satisfatória. Aos meus colegas de turma, que compartilharam comigo diversos momentos de alegria, incerteza, aprendizado... também aqueles que deixaram o curso, mas que se tornaram amigos. Que se não fosse pela universidade, talvez nunca teria a chance de tê-los conhecido.

Por fim, e não menos importante, agradeço imensamente a todos os professores que fizeram parte da minha trajetória no curso. Que com paciência transmitiram seus conhecimentos e guiaram todo o meu aprendizado. Em especial ao meu orientador Dr. Humberto Tonani Tosta, sou muito grata por toda a dedicação e disponibilidade. Seu apoio e empatia foram fundamentais para que eu pudesse concluir este trabalho de conclusão de curso.

“ Há pessoas que transformam o sol numa simples mancha amarela, mas há aqueles que fazem de uma simples mancha amarela o próprio sol.” (PICASSO)

RESUMO

Este estudo teve como objetivo descrever o grau de interesse, a percepção e conhecimento dos alunos da graduação em administração da UFFS campus Chapecó, no tocante ao tema Empreendedorismo Social. De acordo com Limeira (2018, p.2), o empreendedorismo social caracteriza-se como “um conjunto amplo e diversificado de iniciativas empresariais e sociais comprometidas com a geração de impacto social, ou seja, a superação dos desafios enfrentados pela população socioeconomicamente vulnerável por meio de modelos organizacionais e de negócios inovadores”. Como método de pesquisa utilizou-se o estudo de caso, com uma amostra de 369 alunos da graduação, através da aplicação de um questionário online, sendo que ao fim obteve-se 40 respostas. Dentre as percepções obtidas, destacam-se: A maior parte dos respondentes acreditam que o tema é importante para sua formação, contudo não percebem o interesse de seus colegas pela temática; O grau de conhecimento acompanha o relato de contato com o tema durante a graduação, o que enfatiza a importância das ações realizadas pela universidade; A maioria não tem interesse em uma vaga de emprego em um negócio social; Há o relato de que a temática deveria ser mais explorada dentro da universidade; E para eles os maiores desafios para um empreendedor social são: gerar receita, competir com negócios tradicionais e obter reconhecimento. A principal contribuição deste estudo foi evidenciar que há uma grande demanda a ser explorada nesta área de conhecimento. O conceito é relativamente novo e ainda possui muitas lacunas a serem exploradas.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, impacto social, educação empreendedora.

ABSTRACT

The aim of this study was to describe the level of interest, perception and knowledge of undergraduate business students at the UFFS Chapecó campus regarding the topic of Social Entrepreneurship. According to Limeira (2018, p.2), social entrepreneurship is characterized as "a broad and diverse set of business and social initiatives committed to generating social impact, i.e. overcoming the challenges faced by the socioeconomically vulnerable population through innovative organizational and business models". The research method used was a case study, with a sample of 369 undergraduate students, through the application of an online questionnaire, and in the end 40 responses were obtained. Among the perceptions obtained, the following stand out: Most of the respondents believe that the subject is important for their training, however they do not perceive their colleagues' interest in the subject; The degree of knowledge goes hand in hand with the report of contact with the subject during graduation, which emphasizes the importance of the actions carried out by the university; The majority are not interested in a job in a social business; There is a report that the subject should be explored more within the university; And for them the biggest challenges for a social entrepreneur are: generating revenue, competing with traditional businesses and gaining recognition. The main contribution of this study was to show that there is a great demand to be explored in this area of knowledge. The concept is relatively new and still has many gaps to be explored.

Keywords: Social entrepreneurship, social impact, entrepreneurship education.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Comparação entre os tipos de empreendedores	19
Figura 1 - Tripé do Desenvolvimento Sustentável	23
Quadro 2 - Diferenças entre empreendedor empresarial e empreendedor social	23
Quadro 3 - Características de empreendedores sociais	25
Quadro 4 - Principais requisitos para novos negócios sociais	28
Quadro 5 – Empreendimentos sociais no Brasil	29

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária dos acadêmicos respondentes.....	37
Gráfico 2 - Períodos da graduação citados na pesquisa	38
Gráfico 3 - Grau de conhecimento acerca do tema ES	40
Gráfico 4 - Contato com o ES durante a graduação	40
Gráfico 5 - Contato com a temática do ES em alguma disciplina da graduação.....	41
Gráfico 6 - Percepção dos respondentes sobre Empreendedorismo Social	42
Gráfico 7 - “Conhece um empreendedor (a) social?”	43
Gráfico 8 - Relevância do ES para o desenvolvimento social sustentável	43
Gráfico 9 – Capacidade do empreendedor de se auto sustentar ao mesmo ponto que gerar impacto social de acordo com a percepção dos respondentes	44
Gráfico 10 – Desafios para um empreendedor social segundo a percepção dos respondentes	45
Gráfico 11 – Grau de interesse dos respondentes pelo tema ES.....	46
Gráfico 12 – Interesse dos colegas de curso em ES na visão dos respondentes	46
Gráfico 13 – Busca e interesse em vagas de emprego em um negócio social	47
Gráfico 14 – Participação em atividade extracurricular que envolvesse a temática do ES	47
Gráfico 15 – Interesse em eventos com temática de ES	48
Gráfico 16 – Importância do ES para a formação de um profissional na área da Administração	49
Gráfico 17 – “ A temática deveria ser mais explorada dentro da universidade?”	50
Gráfico 18 – Relação entre grau de conhecimento e interesse.....	51
Gráfico 19 – Relação entre o interesse por eventos de ES e a importância do tema para a formação.....	51
Gráfico 20 – Relação entre a percepção do interesse dos colegas pelo tema e importância na formação.....	52
Gráfico 21- Relação entre o contato com ES durante a graduação e o grau de conhecimento	53

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM	Global Entrepreneurship Monitor
DLS	Desenvolvimento Local Sustentado
EE	Educação Empreendedora
ES	Empreendedorismo Social
IES	Instituição de Ensino Superior
ODS	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	OBJETIVOS	14
1.1.1	Objetivo Geral.....	14
1.1.2	Objetivos Específicos.....	14
1.2	JUSTIFICATIVA.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1	EMPREENDEDORISMO.....	17
2.2	EMPREENDEDORISMO SOCIAL	20
2.3	PERFIL E ESPÍRITO EMPREENDEDOR.....	24
2.4	NEGÓCIOS COM IMPACTO SOCIAL NO BRASIL	27
2.5	EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NAS UNIVERSIDADES	30
3	MÉTODOS.....	33
3.1	TIPO DE PESQUISA.....	33
3.2	TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....	34
3.3	AMOSTRA	35
3.4	ANÁLISE DOS DADOS	35
3.5	LIMITAÇÃO DO ESTUDO	36
4	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	37
4.1	PERFIL DOS RESPONDENTES.....	37
4.2	CONHECIMENTO, PERCEPÇÃO E GRAU DE INTERESSE	39
4.3	RELAÇÃO ENTRE CONHECIMENTO, PERCEPÇÃO E INTERESSE.....	50
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
	REFERÊNCIAS.....	56
	APÊNDICE A	58

1 INTRODUÇÃO

Segundo o estudo Empreendedorismo no Brasil, 53% dos brasileiros com idade entre 18 e 64 anos tem como objetivo empreender nos próximos 3 anos e se configuram como empreendedores potenciais. O estudo mostrou ainda que 30,3% dos pesquisados, o que denota cerca de 42,2 milhões de pessoas, estavam envolvidos com empreendedorismo em alguma escala (GEM, 2022).

Sendo assim, nota-se que o tema está em ascensão no país, enfatizando a importância de fomentar o empreendedorismo, principalmente nas Instituições de Ensino Superior, as quais possuem como intuito formar pessoas para o mercado e adjacientemente, para a vida.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) destacam que o empreendedorismo tem uma função importante no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esta importância vai além de puramente uma perspectiva econômica, levando em consideração a evolução da humanidade, das tecnologias e da constante degradação auferida a exploração de recursos sem dada preocupação com o âmbito ambiental e social.

Nessa conjuntura, surge um movimento intitulado empreendedorismo social, que está situado entre os dois extremos. Segundo Limeira (2018, p.14) “inclui um conjunto diversificado de organizações sociais e negócios de impacto, com distintos formatos legais, modelos de negócio e de gestão, que compartilham a missão de proporcionar melhorias sustentáveis nas condições de vida das populações vulneráveis”.

Anastacio (2018) expõe que o empreendedorismo social se constitui como um mecanismo no qual possibilita a sociedade de migrar de uma postura mais ego centrada, para uma postura em que o coletivo seja priorizado. Para isso uma das premissas se baseia na interdependência. Formando uma sociedade mais consciente de suas ações e mais responsável com todos os membros que a constituem.

Além do mais o cenário em que este empreendedor social atua, “contribui para o fomento de ações criativas, que são implantadas diante de um cenário sociocultural turbulento”, contribuindo para o desenvolvimento daquelas regiões. (SILVA E SILVA, 2019. p.44)

Dessa forma, esta pesquisa visa estreitar a relação entre o meio acadêmico e a percepção de empreendedorismo social. Pois acredita-se que inserir essa temática neste ambiente contribui para o desenvolvimento de pessoas, de profissionais, mais capacitados a empreender de forma sustentável, mas ainda, que sejam capazes de transformar a realidade que lhes gera incomodo.

Através de ideias criativas e inovadoras, que possam ser fomentadas dentro do contexto universitário (ou não), mas que tenham como propósito, o alto impacto.

Posto isto, visa-se responder ao seguinte questionamento: qual é o grau de interesse, percepção e conhecimento dos alunos de graduação em administração da UFFS Campus Chapecó acerca do tema Empreendedorismo Social?

1.1 OBJETIVOS

A seguir o delineamento dos objetivos da presente pesquisa que segundo Gil (2002, p.162) deve ocorrer com o emprego de “termos claros e precisos”.

1.1.1 Objetivo Geral

Descrever o grau de interesse, a percepção e conhecimento dos alunos da graduação em administração no tocante ao tema Empreendedorismo Social.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar o grau de interesse dos alunos pelo tema Empreendedorismo Social;
- b) Apresentar o conhecimento dos acadêmicos acerca do que é Empreendedorismo Social;
- c) Relacionar a percepção, o conhecimento e o grau de interesse dos alunos de Administração da UFFS campus Chapecó acerca do tema.

1.2 JUSTIFICATIVA

O Empreendedorismo Social está intimamente relacionado ao desenvolvimento de comunidades carentes, assim como na promoção da interação de frentes em um ecossistema de inovação, com seus aspectos no âmbito social e no âmbito ambiental. Principalmente, levando em consideração sua essência de impacto e a promoção de negócios com propósitos.

Nessa conjuntura, as universidades deveriam atuar promovendo a aplicação do conhecimento, vislumbrando a formação de agentes transformadores, capazes de inovar criativamente em prol de causas menos exploradas no cenário comum da sociedade.

Marins (2019) descreve a atualidade como era do impacto, onde a sociedade está exaurida em meio a tantos desequilíbrios e o que prevalece é um instinto coletivo de negatividade. Para este mesmo autor a principal pergunta que nos rodeia é: “quem se importa?” Esta pergunta está intimamente relacionada ao documentário da diretora e roteirista brasileira Mara Mourão. O longa intitulado *Quem Se Importa* traça um panorama sobre o empreendedorismo social ao redor do mundo e gerou um grande impacto em seus espectadores. O contato com este documentário foi determinante para a escolha do tema desta pesquisa, visto que proporcionou uma ampla perspectiva do tema sob os olhares de diversos agentes transformadores pelo mundo. O que culminou em associar a temática as rotinas vividas pela pesquisadora no voluntariado em prol às causas sociais, na associação as ações realizadas por um familiar e no consequente interesse em tratar de assuntos que envolvam este movimento.

Neste contexto, percebe-se que com o passar dos anos há uma crescente valorização de movimentos como o Empreendedorismo Social. Este que parte de pessoas que possuem um instinto de colaboração e que buscam através da criatividade inovadora resolver problemas pelos quais as demandas dos governos não alcançam.

Para Lopes (2017, p.17) existe a necessidade e a oportunidade de que as Instituições de ensino superior (IES) participem do esforço de maior agregação de inovação. Visando formar profissionais cada vez mais versáteis e completos que se preocupem com o desenvolvimento sustentável das nações, pensando nas futuras gerações. E que, além disso, sejam mais conscientes, desenvolvam atitudes de perseverança e de contribuição mútua. Para além, que objetivem a construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

Outrossim, entender as ambições e a relação dos acadêmicos, bem como o grau de interesse pelo tema Empreendedorismo Social (ES), contribui para a exploração do movimento, que no Brasil passou a ter mais evidência apenas em meados dos anos 2000. Da mesma forma, contribui para o surgimento de novas iniciativas, tanto no despertar do acadêmico para a construção de negócios sociais ou no interesse em contribuir com comunidades vulneráveis de forma voluntária, quanto por parte da universidade em fomentar tal temática visando à promoção da inovação criativa em prol do desenvolvimento social sustentável.

Corroborando com isso, Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p.80) expõem que “enquanto os indivíduos acreditarem que sua educação torna a ação mais viável, haverá mais chances de se tornarem empreendedores”.

Portanto, a presente pesquisa se faz importante visto que, vislumbra desmistificar o conceito de Empreendedorismo Social, que muitas vezes é confundido apenas com filantropia e/ou caridade, gerando dada resistência em vincular o empreendedor com o social.

Ademais, este conceito é relativamente novo, e está em constante ascendência no Brasil e no mundo. Sendo assim, ainda possui muitas lacunas a serem exploradas. E o intuito é aproximar os acadêmicos de um tema tão importante para a sociedade com vistas que estes possam disseminá-lo nos ambientes onde estão inseridos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo compreende a exposição do referencial teórico. Dividido em seções que tratam do tema empreendedorismo, seguido de empreendedorismo social. Bem como, posteriormente, da educação empreendedora nas universidades.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Em uma análise histórica do termo, Dornelas (2012) sucinta a escalada do empreendedorismo separando alguns trechos em uma linha do tempo. Segundo o autor o termo teria sido utilizado ainda na Idade Média, onde era atrelado a aquele indivíduo que gerenciava grandes projetos de produção. Este, não assumia deliberados riscos e utilizava-se geralmente de recursos provenientes do governo. Já a partir do século XVII é que ocorreram os primeiros indícios da relação entre assumir riscos e empreendedorismo. Nesta época, o empreendedor realizava um acordo contratual com o governo em troca do fornecimento de produtos ou serviços. Como havia um valor pré-fixado, qualquer variação era de responsabilidade do empreendedor, daí a definição de assumir riscos (DORNELAS, 2012).

No século XVIII houve finalmente a diferenciação entre o capitalista e o empreendedor, que anteriormente eram comumente confundidos, isso muito provavelmente pela industrialização que ocorria no mundo. Partindo para o final do século XIX e início do século XX, os empreendedores ainda eram confundidos com os gerentes ou administradores de empresas, onde seus papéis seriam delimitados a organizar, dirigir e controlar as organizações (DORNELAS, 2012, p.20).

Segundo relata Fillion (1999), o empreendedorismo foi delineado conforme duas perspectivas, a dos economistas e a dos comportamentalistas. Sendo que, para os economistas não havia apenas o interesse na economia, mas também em empresas, na criação de novos negócios e no desenvolvimento e gerenciamento destes. Um dos precursores deste viés do empreendedorismo foi Cantillon (1755), seus registros o revelam como um homem que estava constantemente em busca de negócios. Dessa forma, sua principal preocupação, era com o gerenciamento inteligente dos negócios e a obtenção de rendimentos. Assim como Cantillon, Jean-Baptiste Say (1816), foi também um pioneiro e lançou alguns alicerces para este campo de estudo. “[...] Cantillon e Say consideravam os empreendedores como pessoas que corriam

riscos, basicamente porque investiam seu próprio dinheiro. “[...] eram, portanto, pessoas que aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros, assumindo os riscos inerentes [...]”. Mas para Filion, Shumpeter (1928) foi quem realmente lançou o campo do empreendedorismo, o associando claramente à inovação. Shumpeter descreveu os empreendedores como agentes de mudança e detalhou em sua obra a relevância destas pessoas no contexto do desenvolvimento econômico (FILION, 1999, p. 6-7).

Ainda segundo Filion (1999), o autor que deu início as contribuições das ciências do comportamento foi David C. McClelland, cujo trabalho concentrava-se em grandes gerentes de organizações e não necessariamente aqueles que decidiam abrir o próprio negócio. Para os comportamentalistas o enfoque era o comportamento e as características dos empreendedores. Algumas das características comumente atreladas aos empreendedores por eles são: otimismo, iniciativa, flexibilidade, tolerância à ambiguidade e à incerteza, e dinheiro como medida de desempenho. Desta forma, entende-se que os economistas associam o empreendedor com a inovação, a medida que os comportamentalistas focam nos aspectos criativos e intuitivos.

Sarkar (2008) infere que a definição de Joseph Schumpeter para o empreendedorismo seria a mais utilizada até os dias atuais. Expõe que o empreendedor é aquele que aplica a inovação no contexto dos negócios. E elenca algumas aplicações práticas como: “lançamento de um novo produto, implementação de um novo método de produção, abertura de um novo mercado, aquisição de uma nova fonte de oferta de materiais, criação de uma nova empresa” (SARKAR, 2008, p. 22).

Para Garcia e Justiniano (2016), o empreendedorismo não existiria como algo materializável, mas sim a realização de um espírito. Espírito do qual assume riscos e é capaz de gerar benefícios para a comunidade. E estes benefícios se materializam em forma de produtos, de negócios, de inovações e de bem-estar. Hisrich, Peters e Shepherd (2009) corroboram enfatizando que o empreendedorismo tem uma função importante no crescimento e na prosperidade de nações e regiões.

De acordo com Sarkar (2008, p.26) “empreendedorismo é o processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas”.

Além de ter um vasto leque de definições, há diferentes formas de empreendedorismo. O quadro 1 expõe uma comparação entre os tipos de empreendedores segundo Dornelas (2015).

Quadro 1 - Comparação entre os tipos de empreendedores

Tipo de empreendedor	Ganhar Dinheiro	Nível de autonomia	Objetivo
Informal	Precisa para sobreviver e almeja ganhar	Alto, mas sem garantia de resultado	Não possui, crê que em algum momento sua “sorte” pode mudar
Cooperado	Precisa para seu sustento e almeja ganhar	Médio, suas atividades devem estar em consonância com as dos demais cooperados	Crescer e um dia se tornar independente ou continuar na cooperativa em um ambiente protegido
Individual	Precisa para seu sustento e almeja ganhar	Alto, pois decide sozinho os rumos do negócio	Crescer e mudar de patamar de empresa ou ficar como está
Franqueado	Vislumbra uma renda média mensal de acordo com o estimado pelo franqueador	Médio, pois precisa sempre seguir as regras do franqueador	Conseguir o retorno do investimento inicial; há os que querem ainda criar outra franquia da mesma marca ou diversificar o setor
Social	Não é seu objetivo; visa apenas ter um salário ou tem outra fonte de renda	Médio, pois dificilmente realiza as ações almejadas sem o envolvimento de outras pessoas/entidades	Mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazê-lo
Corporativo	Faz parte de suas metas, mas o principal é crescer na carreira	Parcial, pois depende da empresa e sua posição hierárquica; nunca será total, pois sempre haverá alguém a quem prestar contas	Crescer na empresa, obter promoção, ganhar bônus e ser reconhecido
Público	Não é o que o motiva, pois já sabe qual será o seu salário no final do mês	Baixo, pois há muita burocracia a ser vencida	Ajudar as pessoas, realizar-se profissionalmente e provar a si e aos outros que seu papel na sociedade é nobre
Do conhecimento	Almeja ter recursos acima da média de seus pares para arcar com seus desejos de consumo	Depende da atividade, mas em geral é alto, pois sua habilidade (e ativo principal) é o próprio conhecimento	Realização profissional e reconhecimento
Do Negócio próprio	É um dos seus objetivos principais,	Alto, mas, conforme a empresa cresce,	Realização pessoal, autonomia

	apesar de nem sempre falar sobre o assunto	precisa delegar e evitar o excesso de controle	financeira, deixar legado e contribuir para o crescimento e desenvolvimento econômico do país
--	--	--	---

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015, p. 22-24)

Além das definições de Dornelas (2015) acerca dos empreendedores, Degen (2009) descreve o empreendedorismo expondo três linhas. A do empreendedorismo por oportunidade, por necessidade e o social. Para ele, há uma maior ênfase no empreendedorismo por oportunidade devido ao seu maior impacto no desenvolvimento e na redução da pobreza. Ressalta que a base da ação por oportunidade são as inovações e as novas tecnologias, e que isso exige que o candidato seja capacitado (DEGEN, 2009).

Já no empreendedorismo por necessidade, as pessoas geralmente não têm a formação necessária para empreender por oportunidade e este caminho é a única solução para a sua sobrevivência. Muitos fracassam e acabam por manter negócios medíocres, onde trabalham mais e ganham menos do que se estivessem empregados. Mas, quando não há empregos o auto-emprego e empreender por necessidade se torna desejável. Contudo, isso não é um padrão, e há aqueles que conseguem transformar o negócio em sucesso pessoal e sustentado (DEGEN, 2009).

Da mesma forma, o empreendedorismo social, visa fomentar o empreendedorismo por necessidade dentro dos bolsões de pobreza extrema, por meio de agentes socializantes, como as universidades e as escolas técnicas, desenvolvendo um papel fundamental em motivar e apoiar seus alunos a promoverem a inclusão social (DEGEN, 2009).

A próxima seção traz o delineamento do empreendedorismo social e suas diferentes faces diante do cenário atual das relações sociais e o desejo pujante de transformar o mundo. No documentário *Quem Se Importa* o narrador faz uma pergunta direta aos espectadores, “Você acha que precisa ser alguém especial para mudar o mundo? Logo em seguida ele afirma: “Todo mundo pode mudar o mundo”. No decorrer da seção será possível observar que qualquer um é capaz de se tornar um empreendedor social, o que se distingue são as motivações de cada um.

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Segundo Limeira (2018) os primeiros empreendedores sociais surgiram na década de 1980, nos Estados Unidos e na Europa, como iniciativas das organizações da sociedade civil

que diante de restrições de financiamento passaram a agregar as iniciativas empreendedoras a fim de conseguir sustentar suas atividades.

Ainda segundo a mesma autora, surgiram nos Estados Unidos por volta do ano 1981, organizações com a missão de apoiar estes empreendedores sociais. Como a Ashoka, fundada por Bill Drayton. Que é uma organização sem fins lucrativos e é líder do movimento global em que acredita que todas as pessoas são capazes de se transformar em agentes de mudança positiva na sociedade, através de práticas conscientes e sustentáveis. Esta organização foi pioneira no Brasil, desenvolvendo atividades a partir do ano 1986. Contudo, as primeiras iniciativas de empreendedorismo social puderam ser vistas a partir da década de 1990. Cujo fato propulsor na época teria sido a crise econômica e a redução dos investimentos públicos.

No campo do ensino superior, as primeiras iniciativas teriam ocorrido na Harvard Business School, que lançou um programa sobre empreendedorismo social (*Social Entrepreneurship Initiative*) e também um curso (*Entrepreneurship in the Social Sector*), em meados dos anos 1990 (LIMEIRA, 2018).

Um dos grandes entusiastas deste movimento é o ganhador do Prêmio Nobel da Paz, conhecido como o banqueiro dos pobres, Muhammad Yunus. Professor de teoria econômica no Paquistão, tentou incessantemente convencer uma agência bancária do campus onde ele era professor a emprestar dinheiro para pessoas pobres que não tinham dinheiro. Na sua trajetória rumo a concretização deste propósito aprendeu a quebrar paradigmas e inverter a lógica do mercado bancário. Para isso fundou o Grameen Bank e espalhou a ideia do microcrédito pelo mundo, ajudando milhões de famílias a melhorar de vida. Para a surpresa de seus colegas bancários a inadimplência proveniente de seu negócio era consideravelmente menor aos dos empréstimos dos bancos tradicionais. Yunus é estudado e inspira ações em todo o mundo (MARINS, 2018).

A origem do empreendedorismo social é explícita, contudo qual seria a definição para Empreendedorismo Social? Como auferido anteriormente, sua origem é relativamente recente e sua definição não é unânime entre os estudiosos.

Cardoso e Almeida (2018, p.71) relatam que a produção científica sobre o tema empreendedorismo social intensificou-se apenas nos últimos anos e que “está em processo de construção, necessitando de base conceitual e de autores referenciados para que possa alcançar níveis superiores que contribuam para seu estado da arte”.

Marins apud Bornstein e Davis (2019, p.245) propõe a classificação de empreendedorismo social como: “O processo pelo qual cidadãos constroem ou transformam instituições para promover soluções para problemas sociais como pobreza, doença,

analfabetismo, destruição ambiental, abuso dos direitos humanos e corrupção, com o objetivo de tornar a vida melhor para muitos”.

Para Limeira (2018, p.2), o empreendedorismo social caracteriza-se como “um conjunto amplo e diversificado de iniciativas empresariais e sociais comprometidas com a geração de impacto social, ou seja, a superação dos desafios enfrentados pela população socioeconomicamente vulnerável por meio de modelos organizacionais e de negócios inovadores”. Neste mesmo espectro, Silva e Silva et al (2019), o descreve como a criação de iniciativas com fins lucrativos que sejam capazes de solucionar ou minimizar os problemas sociais e beneficiar a comunidade local e global.

O desenvolvimento acelerado em conjunto de rápidas alterações políticas, ambientais, tecnológicas e econômicas, ocorridas em pouco mais de trinta anos, foram a chama para o surgimento das Novas Economias ou o que denomina Economia de impacto. Segundo Marins, o empreendedorismo social faz parte deste movimento, que jamais teria florescido se o ambiente fosse de hegemonia e ausência das liberdades cívicas e sociais (MARINS, 2019).

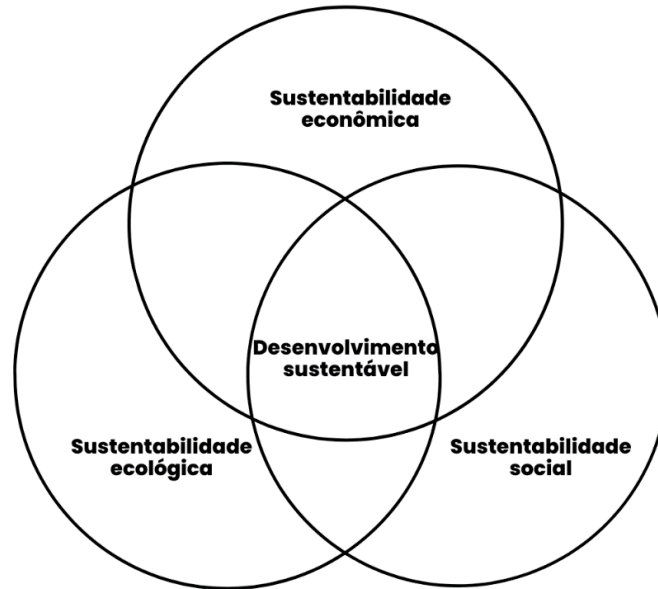
Neste sentido, além de definir um alvo o empreendedor precisa estar atento aos aspectos contemporâneos. Na atualidade, não basta empreender com foco exclusivo na perspectiva financeira, pois vislumbrar apenas este aspecto tem gerado grandes estragos nas sociedades e no planeta. Desta forma, fica evidente a importância de se empreender de forma consciente e responsável. Nessa conjuntura, se evidencia o termo desenvolvimento local sustentado (DLS), o qual implica que deve-se empreender com efetividade em três frentes: a social, a ambiental e a econômica (SHENEIDER; CASTELO BRANCO, 2012).

Segundo Cardoso e Almeida (2018), o empreendedorismo social é um vetor favorável ao desenvolvimento sustentável. Assim como explica Limeira (2018), atrelando os objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS) aos movimentos realizados pelo empreendedorismo social. Os ODS são objetivos definidos pela ONU (Organização das Nações Unidas), possui 17 objetivos e 169 metas, e sintetizam os principais desafios que preocupam a população mundial.

Os objetivos do desenvolvimento sustentável são um autêntico referencial de propósitos sociais e socioambientais que precisam ser perseguidos. Os ODS podem servir como guia para a missão do empreendedor, indicando quais são as prioridades em nível global, explica Marins (2019). Tomando isso como base, houve a necessidade de o conceito de desenvolvimento ser requalificado para acoplar-se ao termo de sustentabilidade. Desta forma em muitos ambientes a ideia de desenvolvimento pressupõe a sustentabilidade econômica, social e ambiental (MARINS, 2019).

Assim como demonstra a figura a seguir, onde se constitui o tripé do desenvolvimento sustentável.

Figura 1 - Tripé do Desenvolvimento Sustentável



Fonte: Adaptado de Marins 2019, p. 204.

Conforme expõe Degen (2009, p. 139), para promover o desenvolvimento sustentável um negócio deve focar em necessidades da sociedade de forma a “fomentar o desenvolvimento econômico para promover a melhora da qualidade de vida da geração atual, por meio da inclusão social e da redução da pobreza” e além disso, “preservar os recursos naturais escassos do meio ambiente para assegurar a qualidade de vida das gerações futuras”.

Com isso exposto, vale ressaltar as diferenças entre a definição do empreendedor empresarial e do empreendedor social. Para Marins (2019), há algumas importantes diferenciações. Para ele, há diferenças em uma perspectiva psicossocial.

Quadro 2 - Diferenças entre empreendedor empresarial e empreendedor social

Empreendedor Empresarial	Empreendedor Social
<i>Homo economicus</i>	<i>Homo solidarius</i>
Ser unidimensional	Ser multidimensional
Empreendedor neutro	Empreendedor ético
Inovação como destruição criativa	Inovação como renovação criativa
Movido pela conquista material	Movido pelo propósito transformador
Promove a criação de valor privado	Promove a criação de valor social
Conquistador da natureza	Conservador da natureza
Competidor	Colaborador

Acumulador	Compartilhador
Concentrador: fusões e incorporações	Descentralizador: Alianças e redes de redes
Informações fechadas (confidencializadas)	Informações abertas (compartilhadas)
Centralizados de soluções	Cocriador de soluções
O investimento primeiro	O impacto primeiro
Presta conta aos sócios ou acionistas (<i>shareholders</i>)	Presta contas para toda a sociedade (<i>stakeholders</i>)

Fonte: Marins (2019, p.251)

De acordo com Sarkar (2008, p.32) “os impactos mais abrangentes que o empreendedorismo pode ter na sociedade surgem na forma de empreendedorismo social” e ressalta que estes empreendedores “são ambiciosos e persistentes, enfrentam os maiores problemas sociais e oferecem alterações em larga escala”.

Marins (2019) infere que não é necessário conhecer sobre o movimento do empreendedorismo social para fazer parte dele, e que grande parte destes indivíduos ainda não sabem que são empreendedores social. Contudo, é importante que se reconheçam como tal. A próxima seção mescla definições mais abrangentes do perfil empreendedor até chegar as definições e características do perfil dos empreendedores sociais. Um elemento latente em ambos os perfis é a inovação.

2.3 PERFIL E ESPÍRITO EMPREENDEDOR

Para Chiavenato (2012), o empreendedor é dotado de características que o proporcionam a identificar e aproveitar oportunidades. Neste sentido seria capaz ainda de transformar ideias em realidade visando o benefício próprio e também benefícios para a sociedade e para a comunidade.

Filion (1999, p.19) define o empreendedor como:

“[...] uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.”

Há algumas características inerentes a diferentes definições referentes ao empreendedor. São elas: Iniciativa para criar algo novo, paixão pelo que faz, utilização dos recursos de forma

criativa para transformar o ambiente social e econômico onde está inserido e aquele que aceita assumir riscos e enfrenta a possibilidade de fracassar (DORNELAS, 2015).

Do mesmo modo, não há uma fórmula que defina do que se trata o espírito empreendedor, mas certamente há alguns aspectos triviais que o descrevem, tais como: Necessidade de manter o controle das situações; Desejo ardente de criar; Forte convicção na bondade de suas ideias; Espírito capaz de enfrentar a incerteza; Autoconfiança; Persistência e boa capacidade para olhar além do óbvio e de aprender com suas falhas (SARKAR, 2008).

Schneider e Castelo Branco (2012) inferem que um perfil de intraempreendedor pode atuar em diferentes campos. “Não somente em empresas comerciais e indústrias que visam lucro, mas também em instituições públicas, em organizações não governamentais (ONGs), em outras instituições do terceiro setor e, até mesmo, como voluntário em entidades sociais”.

Segundo os mesmos autores quem escolhe empreender socialmente é dotado de algumas características, as quais foram dispostas no quadro a seguir.

Quadro 3 - Características de empreendedores sociais

EMPREENDEDOR SOCIAL	CARACTERÍSTICAS
	Buscam soluções para os problemas coletivos da sociedade, como falta de renda em favelas, degradação do meio ambiente, altos níveis de criminalidade, entre outros.
	Sua maior realização parte da criação de bens e serviços que promovam benefícios à comunidade, como treinamento profissional ou programas de saúde pública.
	Todo e qualquer problema social é foco de suas ações, não importa a área ou o esforço físico e mental necessário para a resolução do problema.
	Sua principal medida de desempenho de realização pessoal decorre da melhoria das condições de vida da sociedade, ou seja, o empreendedor se sente satisfeito com a concretização dos sonhos dos outros, da comunidade.
	Seu trabalho visa resgatar pessoas sem esperanças na melhoria de suas condições de vida, tornando-os novos agentes de transformação da sociedade.

Fonte: Schneider e Castelo Branco (2012, p.28)

O empreendedor social é movido pela missão de construir um mundo melhor para as pessoas e suas características são similares aos demais empreendedores, a diferença é que se realizam com os resultados auferidos ao próximo e não a si próprios (DORNELAS, 2015).

Neste âmbito, se faz necessário o uso contínuo da inovação, para promover atitudes criativas de alto impacto, visando desenvolver as habilidades necessárias para estruturar ações como empreendedor social.

Segundo Drucker (2012, p.195) “a inovação é um efeito na economia e sociedade” e é capaz de promover a mudança no comportamento das pessoas de um modo geral.

Ainda sobre a fonte da inovação, Drucker (2012, p.160) infere que:

[...] “a inovação baseada em conhecimento requer uma análise meticulosa de todos os fatores sociais, econômicos ou perceptuais. A análise precisa identificar quais fatores ainda não disponíveis, de modo que o empreendedor possa decidir sobre se esses fatores que faltam podem ser produzidos ou se a inovação talvez devesse se adiada por ainda não ser viável.”

O mesmo autor explicita através de relato pessoal que o que foi acima citado aconteceu em dado momento de sua jornada, onde identificou esses conhecimentos que faltavam e decidiu que poderia produzi-los, sem esta análise prévia dificilmente a inovação baseada em conhecimento poderia ser alcançada.

Sendo assim, apostar nos caminhos da inovação leva o empreendedor a se tornar um agente de transformação da sua própria vida e também da sociedade. “Inovar é criar valor”. E seu processo está intimamente relacionado à capacidade de explorar a criatividade. Pode ser entendida ainda como parte da ação, da transformação do que foi idealizado em realidade. (SCHNEIDER; CASTELO BRANCO, 2012).

Cardoso e Almeida (2018) retratam o empreendedor social como um indivíduo oriundo da sociedade civil ou da iniciativa privada, que possui propostas para atuar nas possíveis lacunas deixadas pelas políticas públicas, principalmente na esfera educacional. Um ser dotado de capacidade inovativa, disposto a propor mecanismos de solução para problemas e demandas emergentes.

Para Marins (2019) é importante que os empreendedores sociais se vejam como tal, e que nessa inspiradora condição, evoluam de agentes inconscientes, para agentes conscientes de seu poder de transformação e capacidade de impacto. Ademais, classifica os empreendedores sociais como pessoas capazes de reunir: propósito social e socioambiental, visão para a inovação e atitude realizadora.

Sarkar (2008, p. 32) os define como: “indivíduos que têm soluções de inovação para problemas sociais”. Muitos destes acabam por desenvolver empresas sociais, as quais possuem diferentes denominações, como: negócios sociais, empresas sociais, negócios de impacto, *startup* de impacto, entre outras. Todas relacionadas a multiplicidade de facetas do empreendedorismo social.

2.4 NEGÓCIOS COM IMPACTO SOCIAL NO BRASIL

Segundo Limeira (2018, p.3) “impacto social é um conjunto de mudanças positivas nas condições de vida da população-alvo, sustentáveis no médio e longo prazos, que resultam dos produtos, serviços ou programas desenvolvidos pelos empreendedores sociais”.

Sendo assim, segundo a mesma autora os negócios de impacto são considerados inovadores, devido seu grau de ousadia, criatividade, uso de tecnologias e comportamento empreendedor, na busca por soluções palpáveis para desafios da sociedade contemporânea.

De acordo com Marins (2019, p.253):

“Negócios sociais nascem com o propósito de resolver problemas da sociedade e criam valor específico ao desenvolver propostas de atuação empresarial que sejam intrinsecamente e simbioticamente relacionadas com a solução de problemas sociais, socioeconômicos ou socioambientais. ”

Nestes negócios o que predomina são características como: propósito social e inovação. Para Limeira (2018, p. 5) “o propósito social é a principal diretriz e meta do negócio de impacto”, nessa conjuntura o que se busca é a criação de uma solução para superar algum desafio da sociedade, principalmente de populações em condição de vulnerabilidade socioeconômica. Utilizam da inovação para criar estas soluções para antigos desafios por meio do uso da tecnologia, pensamento criativo e comportamento empreendedor (LIMEIRA, 2018).

Para Muhhamad Yunus, somente se configura uma empresa social o empreendimento que, embora siga as regras do mercado, não distribua lucros. Apesar de poder recuperar o capital investido. Yunus também considera uma empresa social aquela que é constituída por proprietários de baixa renda. Neste último caso, o fato de a empresa sustentar seus fundadores já geraria benefício social o que seria capaz de caracterizá-la como uma empresa social (MARINS, 2018).

Barki et al (2013, p.88) infere que “ainda que o Brasil apresente muitas oportunidades no campo dos negócios com impacto social [...] as soluções e desafios para a resolução de

grandes déficits sociais não são simples. Tendo em vista a estrutura regulatória dos negócios no país, a alta carga tributária e a falta de capital”. Como apresenta o quadro 4, onde Barki expõe alguns requisitos para a criação de novos negócios sociais no país.

Quadro 4 - Principais requisitos para novos negócios sociais.

Novos Negócios Sociais	Requisitos
	Conhecimento do mercado
	Relacionamento com o mercado
	Capacidade e motivação do empreendedor
	Impacto social
	Inovação
	Potencial de escala
	Parcerias

Fonte: Adaptado de Barki et al. (2013, p.89)

Entende-se que sem cumprir com tais requisitos se torna praticamente inviável a sustentação de um negócio com impacto social. Ter apenas a intenção de gerar impacto sem preencher aos demais requisitos, torna o negócio frágil as volatilidades da economia. Estruturar o negócio com base nestas ramificações faz com que tenha mais chances de consolidação. Para Limeira (2018) o sucesso de um negócio de impacto está também relacionado ao conhecimento e a relação do empreendedor com os integrantes do ecossistema de negócios onde pretende atuar.

Segundo Barki et al (2013), outro obstáculo para a criação deste tipo de negócio é a falta de capacitação para desenvolver o negócio, principalmente quando seu idealizador é de origem baixa renda. Neste contexto retrata que algumas instituições têm contribuído para fomentar esse viés de negócios. Como o Sebrae, a Artemísia, a Endeavor e a Aliança Empreendedora. Que são fontes de capacitação, aceleração e incubação de negócios desta natureza. Ademais, ressalta a importância de dadas parcerias para o desenvolvimento do negócio (Barki et al (2013).

Além disso outro tipo de parceria é a de base comunitária, que envolve grupos produtivos organizados por meio de cooperativas e associações populares, que visam o desenvolvimento local sustentável.

Outro papel importante nestas interações é o do setor público. Ele tem um papel relevante no ecossistema de negócios de impacto, na elaboração de programas e políticas de apoio ao empreendedor social. “Os governos podem criar mecanismos de acesso a recursos públicos e privados por empreendedores sociais. Podem contribuir com regulamentação

favorável, isenção fiscal e incubação, bem como melhoria da infraestrutura física (vias de transporte, redes de telecomunicação, eletricidade) ” (LIMEIRA, 2018, p.33).

Neste contexto se enfatiza a importância dessa interação entre a comunidade, o governo, o setor privado e as universidades, para o desenvolvimento dos negócios de impacto e a busca contínua por soluções inovadoras para os problemas que a sociedade enfrenta. Principalmente aqueles vistos nas comunidades carentes e naquela parcela populacional que vive em extrema pobreza.

Limeira (2018) elenca alguns exemplos de negócios sociais no Brasil, estes que estão dispostos no quadro 5.

Quadro 5 – Empreendimentos sociais no Brasil

Empreendimento	Descrição
4YOU2	Negócio de impacto fundado em 2012, em São Paulo, é uma rede de cursos de idiomas com metodologia inovadora, professores estrangeiros e custo acessível para a população baixa renda.
Hand Talk	Fundado em 2012, realiza a tradução digital e automática para a Língua de Sinais, utilizada por deficientes auditivos, e oferece ferramentas aos intérpretes para auxiliar a comunicação entre surdos.
Programa Vivenda	Negócio de impacto lançado em 2014, na cidade de São Paulo, com o propósito de realizar reformas habitacionais de baixa complexidade e alto impacto social para a população de baixa renda.
Rede Asta	Negócio de impacto, fundado em 2007, no Rio de Janeiro, promove a inclusão socioeconômica de mulheres de baixa renda, organizadas em grupos de artesãs. São 700 artesãs e 800 revendedoras de produtos exclusivos.
CIES Global	Negócio de impacto fundado em 2004, em São Paulo, realiza exames médicos de alta tecnologia em carretas móveis para a população da periferia das cidades, em parceria com os governos municipais.

Fonte: Limeira (2018, p.7)

Verifica-se que os negócios de impacto social procuram melhorar as condições de vida da população, especialmente a de baixa renda. Contudo, o formato desses modelos varia bastante (BARKI ET AL. 2013).

O tópico seguinte exprime a interação e importância da universidade ao explorar um tema tão atual quanto o empreendedorismo social e seu papel fundamental no apoio e incentivo a criação de novos negócios de impacto, bem como, no desenvolvimento de agentes transformadores.

2.5 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NAS UNIVERSIDADES

O número de universitários em todo o mundo mais que dobrou no século 21, comparado com anos anteriores. E o que não é difícil de perceber é o ganho para a humanidade que está valorização do ensino proporciona. Sobretudo, indicando a capacidade que a educação tem em melhorar a percepção do indivíduo em relação a aquela sociedade onde vive, contribuindo para o acesso a níveis mais elevados de consciência (MARINS, 2019).

O desenvolvimento econômico acelerado nas economias emergentes a partir de meados dos anos 70, exigiu que as Instituições de Ensino Superior (IES) formassem um novo tipo de indivíduo, o qual estivesse pronto para atuar no mercado de trabalho, tivesse viés versátil e conhecimento suficiente para liderar a aplicação dos avanços tecnológicos (LOPES et al,2017).

A ascensão crescente do empreendedorismo nas últimas décadas vem exigindo cada vez mais da comunidade acadêmica a adequação de suas condutas de ensino. Segundo infere Lopes et al (2017) “as universidades estão descobrindo que formar um empregado é diferente de formar um empreendedor”.

Neste contexto de mudança e de valorização do desenvolvimento de empreendedores dentro da academia, Peter Drucker, considerado o pai da administração moderna, enfatiza a importância da obtenção do conhecimento visando à formação de empreendedores que sejam capazes de mudar os espectros da sociedade. Sendo assim, discerne que: “em uma sociedade empreendedora os indivíduos enfrentam um enorme desafio, desafio este que precisam explorar como sendo uma oportunidade: a necessidade por aprendizado e reaprendizado continuado” Neste sentido, expõe que “quanto mais os indivíduos avançarem em seus estudos, mais empreendedoras serão suas carreiras e mais exigentes os seus desafios para o aprendizado” (DRUCKER, 2012.p.361).

Ademais, Lopes (2017, p.17) descreve que as IES:

“Podem contribuir com a oferta de programas e iniciativas de EE [Educação Empreendedora] de qualidade, com o apoio para a transferência e aproveitamento do conhecimento e da tecnologia gerados, com estímulos para a inovação, com a criação

de formas e ambientes para desenvolvimento de ideias em startups, com a oferta de mentoria e supervisão de professores, com acesso a recursos existentes, com maior inserção na comunidade e interação com empresas e outros agentes, e, sobretudo, através de um maior protagonismo em seu posicionamento”.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 80), corroboram que “a educação é importante na criação do empreendedor”. No mesmo sentido expõem que não parte só do pressuposto de obter um nível mais elevado de educação, transcende este fato e contribui para que este empreendedor consiga lidar com os problemas que for enfrentar em sua jornada.

Bueno e Vitarelli (2020, p. 37) definem a educação empreendedora como: “uma forma de intervenção no mundo para transformar pessoas, ambientes e realidades, por meio da criatividade aliada ao conhecimento, ao olhar inovador e a busca de oportunidades”.

Para Lopes (2017) as universidades brasileiras possuem um contingente enorme de pessoas o que representaria um grande potencial, bem como uma reserva de capital humano a ser inserido na sociedade e também na economia. Ressalta que se as competências forem desenvolvidas adequadamente no ambiente de ensino, no sentido de ampliar a visão de possibilidades de carreira e promover a possibilidade de os universitários testarem seu potencial empreendedor, os benefícios auferidos a sociedade como um todo seriam imensuráveis.

Segundo Marins (2019, p. 225), as instituições de ensino superior “devem incluir as temáticas de finanças sociais, empreendedorismo social e negócios de impacto na grade curricular das mais variadas áreas, de modo a estruturar cursos específicos e direcionar esforços para a produção e disseminação de conhecimento nessa temática”.

De acordo com Lopes (2017, p. 17), a qualidade do ensino do empreendedorismo é muito importante, visto que: “a má qualidade impõe um grande risco, pois pode afetar negativamente o potencial empreendedor dos jovens”. Visualizando pela perspectiva de formar agentes transformadores, a má qualidade do ensino e a negligência de prospecção de habilidades empreendedoras, pode comprometer este enfoque. Além disso, pode acabar por desmotivar aqueles que possuem interesse em desenvolver seus conhecimentos nesta área.

Lopes et al (2017, p. 21) retrata que a educação empreendedora auxilia os jovens “a alargar as possibilidades de carreira para incluir: auto emprego, iniciar o próprio negócio, ser intraempreendedor dentro de uma organização, fundar/ participar de um projeto ou negócio social e até desenvolver uma perspectiva mais empreendedora da própria vida”.

Além disso, Marins (2019, p.108) expõe que o acesso à educação e a pesquisa se tornou mais inclusivo, para ele:

“É a ciência moderna que deixa de ser produto de consumo exclusivo de estratos privilegiados da sociedade para alcançar centenas de milhões de estudantes e estudiosos em todo o mundo. É a ciência que deixa de ser exclusiva para ser inclusiva, massivamente inclusiva; é a ciência que pouco a pouco deixa de ser centralizada para ser distributiva; é a ciência aberta para todos que desejam gerar impacto social e socioambiental na sociedade”.

Segundo Dornelas (2015, p. 83) “quanto maior o nível de educação formal do empreendedor, maiores são as chances de sucesso”. Demonstrando o papel fundamental das instituições de ensino na formação de empreendedores bem-sucedidos.

Para tanto, a educação deve atuar de modo a transformar o indivíduo e incentivá-lo a romper paradigmas e desenvolver seus comportamentos e habilidades empreendedoras de forma que este possa atuar de forma eficiente no mercado de trabalho, seja como um intraempreendedor, um empreendedor de negócios ou empreendedor social. Independentemente das diferentes modalidades de empreendedorismo, alguns aspectos inerentes a educação, são comuns entre elas. Desse modo, o objetivo é formar um sujeito capaz de transformar pessoas, ambientes e realidades, por meio de criatividade e inovação atreladas ao conhecimento (Bueno e Vitarelli, 2020).

Bueno e Vitarelli (2020, p. 22) inferem que “no Ensino Superior, o ecossistema universitário e de inovação é composto por diferentes agentes, como membros da academia do setor público e privado; startups; centros e núcleos de pesquisa; incubadoras e aceleradoras; empresas juniores; laboratórios; entre outros”. Destacam ainda a importância da participação de diferentes atores locais, para contribuir com a troca de conhecimentos e ampliar o rol de oportunidades, dentre eles, as lideranças comunitárias e os empresários.

O conceito de empreendedorismo social é relativamente novo e sua disseminação tem como principal meio a educação. Desta forma o papel das universidades na promoção desta temática nos seus ambientes de ensino, pesquisa e extensão é de suma importância. Os resultados desta pesquisa apresentados no tópico 4, corroboram com esta afirmação.

3 MÉTODOS

Este capítulo contempla o delineamento dos métodos da pesquisa, os quais visa responder às questões “como?”, “com quê?”, “onde?”. (LAKATOS E MARCONI, 2003).

3.1 TIPO DE PESQUISA

A presente pesquisa tem cunho descritivo cujo objetivo primordial segundo Gil (2002, p.42), é “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis [...] uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário [...]”.

Quanto à abordagem caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa. Segundo Oliveira (2011 p.24-25) na abordagem qualitativa a pesquisa “tem o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento. [...] os dados coletados são predominantemente descritivos. O material obtido nessas pesquisas é rico em descrições de pessoas, situações, acontecimentos [...]”. Para Gil (2002, p.133-134) na pesquisa qualitativa “o conjunto inicial de categorias em geral é reexaminado e modificado sucessivamente, com vista em obter ideais mais abrangentes e significativos.” Além de ressaltar que “a análise qualitativa é menos formal”.

Possui como base a pesquisa bibliográfica, com fontes secundárias como livros, artigos, pesquisas, monografias, etc. De acordo com Gil (2002, p.44) a pesquisa bibliográfica é “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Fora utilizado ainda a busca de fontes por pesquisa em base de dados, como portal de periódicos da Capes. Gil expressa ainda, que a principal vantagem das pesquisas bibliográficas é a cobertura de uma gama de fenômenos, o que não seria possível se feito diretamente.

Oliveira (2011, p.40) infere que “todo trabalho científico, toda pesquisa, deve ter o apoio e o embasamento na pesquisa bibliográfica”, visando não desperdiçar tempo em problemas já solucionados. Para Lakatos e Marconi (2011), a pesquisa bibliográfica não é uma repetição do que já foi escrito ou dito sobre determinado assunto, mas proporciona analisar o mesmo tema sob diferentes perspectivas, enfoques e abordagens, gerando conclusões inovadoras.

Quanto aos procedimentos técnicos, foi realizado um estudo de caso, que segundo Gil (2002, p.54) trata-se de um “estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados para a pesquisa se deu por meio da aplicação de questionário. Conforme Gil (2002) “o questionário constitui o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de não exigir treinamento de pessoal e garantir o anonimato”. De acordo com Lakatos e Marconi (2011), o questionário é um instrumento de coleta de dados constituído de um grupo ordenado de questões que devem ser respondidas por escrito, sem a presença do entrevistador. Destacam como uma das desvantagens de seu uso, o fato de o entrevistador não poder auxiliar na interpretação dos questionamentos, quando há dúvidas sobre o contexto ou em questões mal compreendidas.

O questionário foi composto de perguntas de múltipla escolha. Segundo Lakatos e Marconi (2003), perguntas de múltipla escolha são fechadas, mas que apresentam uma série de possíveis respostas, o que permite a abrangência de diferentes facetas do mesmo assunto.

Dentro desse mesmo espectro, a inserção de Perguntas de estimação, seguindo a escala Lickert de importância. Que segundo Lakatos e Marconi (2011) tratam-se de proposições que expressam determinado ponto de vista, favorável ou desfavorável ao assunto que se deseja pesquisar. Além do uso da escala ordinal, que segundo as mesmas autoras indica a posição de indivíduos acerca de determinada característica. Na utilização desta medida as proposições podem ser categorizadas e colocadas em ordem, determinando empiricamente como menor que, igual a, ou maior que outro. A escala ordinal geralmente utiliza relações de ordem manifestada através de números. Oliveira (2011, p. 50) corrobora inferindo que, na escala ordinal “os dados são classificados por categorias ordenadas”.

A formulação do questionário foi com o uso da ferramenta Google Formulários, este composto por 23 questões fechadas e por escala de importância, conforme apêndice. O questionário foi encaminhado por meio eletrônico para todos os acadêmicos do curso regularmente matriculados, tanto do período matutino, quanto do noturno. Abrangendo desde a primeira fase até a nona fase. A coleta se deu também por meio de redes sociais, através do compartilhamento do link do questionário online, e por meio da disposição de alguns QR codes pelo campus da UFFS Chapecó.

A coleta de respostas aconteceu no período entre os dias 19 de junho de 2023 à 30 de junho de 2023. A aplicação ocorreu para 369 alunos. Sendo obtidas, no período citado, 40 respostas.

3.3 AMOSTRA

A amostra é composta por 369 alunos com matrículas ativas no curso de graduação em Administração, sendo 180 no período matutino e 189 no período noturno (UFFS, 2023).

No que tange a classificação da amostra, foi utilizado o método de amostragem não probabilístico, não fazendo uso de formas aleatórias de seleção, onde o interesse está na opinião de determinados elementos da população (LAKATOS e MARCONI, 2011, p. 38). Neste caso a população caracteriza-se pelos alunos do curso de Administração da UFFS Campus Chapecó.

Quanto ao que concerne à submissão ao comitê de ética, segundo a Resolução Nº 674, de 06 de maio de 2022, no artigo 26, capítulo IX, incisos I e V, esta pesquisa configura-se dispensada deste procedimento.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Segundo Gil (2002, p.125) “O processo de análise dos dados envolve diversos procedimentos: codificação das respostas, tabulação dos dados e cálculos estatísticos”

Lakatos e Marconi (2003) inferem que a tabulação desses dados faz parte do processo da análise estatística e permite a sintetização dos mesmos. Desta forma, facilitando a compreensão e a interpretação.

A análise ocorreu com base na interpretação e tabulação das respostas obtidas no questionário online. Estas respostas foram tabuladas em uma planilha com o uso do Microsoft Excel e posteriormente desenvolvido gráficos correspondentes as questões aplicadas. Além disso, para atender ao objetivo específico cujo enfoque é relacionar a percepção, o conhecimento e o interesse pelo tema empreendedorismo social, relacionou-se as colunas referentes as perguntas que tratavam destas questões. A interpretação desta relação esta inferida no tópico 4.3. Para a interpretação das respostas obtidas utilizou-se o aporte teórico.

3.5 LIMITAÇÃO DO ESTUDO

Segundo Lakatos e Marconi (2011, p.87) uma das desvantagens da aplicação de questionários é “percentagem pequena de questionários que voltam”. Nesta pesquisa devido ao curto período de aplicação do questionário não se obteve um número muito expressivo de respondentes em relação ao todo.

Ressalta-se ainda que devido ao tema não possuir uma definição amplamente aceita e conceituada, há uma limitação quanto a definição de grau de conhecimento acerca do empreendedorismo social.

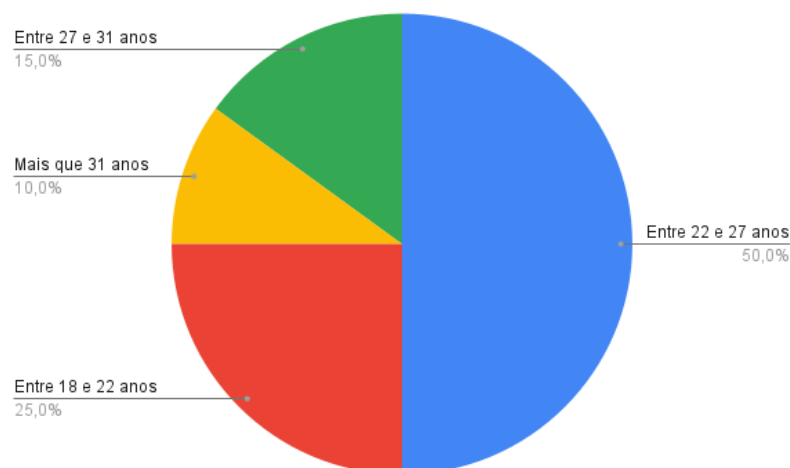
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A coleta dos dados para a presente pesquisa se deu por meio da utilização de um formulário online, através da ferramenta Google Formulários. Conforme apêndice A, haviam 23 (vinte e três) questões fechadas e por escala de importância que visavam identificar a percepção, o conhecimento e o grau de interesse dos alunos de Administração da UFFS campus Chapecó no tocante ao tema Empreendedorismo social. A coleta de respostas ocorreu no período entre os dias 19 de junho de 2023 à 30 de junho de 2023. A aplicação ocorreu para 369 alunos regularmente matriculados, dos períodos matutino e noturno. Sendo obtidas, no período citado, 40 respostas.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

As respostas obtidas foram predominantemente por respondentes do sexo feminino, representando 65% do todo, a medida que, 35% dos respondentes são do sexo masculino. No que concerne a faixa etária, 50% dos respondentes possuem entre 22 e 27 anos de idade. Conforme demonstra o gráfico a seguir:

Gráfico 1 – Faixa etária dos acadêmicos respondentes

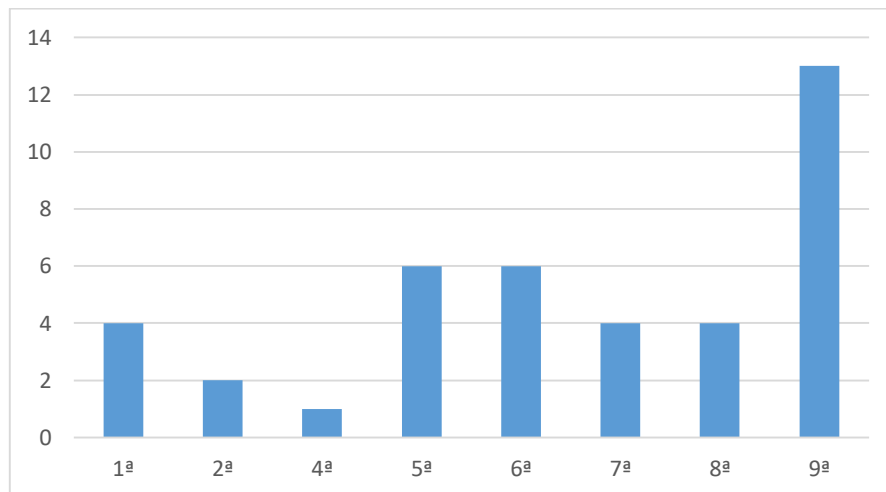


Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Bem como, 25% possui entre 18 e 22 anos, 15% possui entre 27 e 31 anos e 10% mais que 31 anos. O que denota que a maior parte dos respondentes são jovens nascidos nos anos 90 e 2000. Período de crescentes transformações e do intenso avanço tecnológico.

Outrossim, do total de 40 respondentes, 5 possuem uma graduação anterior e suas faixas etárias variam entre 22 e 27 anos e mais de 31 anos. Desta forma, a maior parcela dos participantes não tem uma graduação anterior, permitindo avaliar melhor a influência da UFFS no conhecimento dos alunos. Quanto ao período da graduação em que os acadêmicos estavam no momento da pesquisa, o maior número de respondentes sinalizou estar na 9ª fase, de acordo com o gráfico a seguir:

Gráfico 2 - Períodos da graduação citados na pesquisa



Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Apesar do pouco número de respondentes em comparação com o total de alunos, obteve-se pelo menos um representante da maior parte das fases do curso, restando a 3ª fase sem respondentes.

Quanto à participação em atividades ou trabalho voluntário pouco menos da metade dos respondentes (41,7%), relataram nunca terem participado. Em contrapartida, 16,3% já participou ou participa da empresa júnior do curso, a Sem Fronteiras Consultoria Júnior. Conforme Tosta et al. (2021), a Sem Fronteiras é uma associação civil sem fins lucrativos gerida pelos discentes, sob a supervisão dos docentes, que iniciou suas atividades em 2013, fruto de um esforço conjunto entre docente e discentes, desde 2010. É um importante laboratório para o curso, visto que proporciona um contato direto com a prática profissional. Também é importante salientar a influência deste movimento para o desenvolvimento das habilidades e competências empreendedoras dos acadêmicos. 9,3% relatou ter participado ou participar da

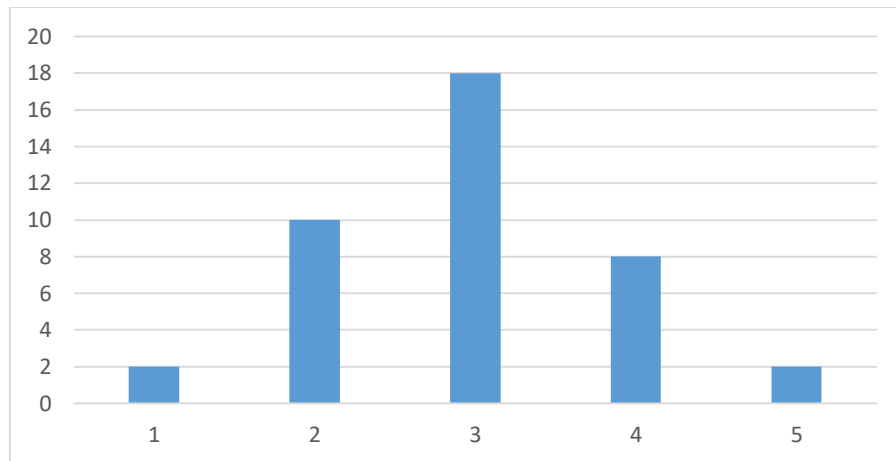
Associação Atlética do Curso de Administração (AAAU), que é uma associação independente fundada por alunos, que visa envolver os acadêmicos com atividades envolvendo esportes. Outra participação relatada por 7% dos respondentes é no programa Empreende UFFS. Que segundo Tosta et al. (2021, p. 27), é um movimento “que congrega diversas ações de empreendedorismo e inovação existentes e vindouras do campus Chapecó, e é institucionalizado na UFFS como programa de extensão”. Outra parcela dos acadêmicos (4,7%), participa ou já participou de atividades na INNE – Incubadora de negócios do campus Chapecó, que fornece mentorias, infraestrutura e todo o suporte necessário para quem deseja empreender, tanto para o público externo, quanto para o público interno. Também foi citada a participação na AIESEC - Association Internationale des Etudiants em Sciences Economiques et Commerciales (2,3%), que segundo Jahchan, Comini e D’Amario (2016) “é um movimento que pretende engajar e desenvolver lideranças jovens para alcançar a paz mundial”. Outras atividades citadas foram: a participação no CAAD, centro acadêmico do curso de administração (5%); Voluntário no apoio a causas sociais (20,9%); Participação em ONG (4,7%); voluntário em um negócio de impacto social (9,3%); Pastoral da juventude (2,3%); “Pela empresa em que trabalho” (2,3%). Ressalta-se que as respostas foram obtidas através de caixa de seleção, dito isto, o mesmo acadêmico pode ter selecionado mais de uma das opções.

De acordo com Tosta (2021, p. 68) as universidades públicas “estão fundamentadas no tripé ensino-pesquisa-extensão, que de maneira indissociada contribui para a formação acadêmica e profissional dos professores e alunos. ” Há essa necessidade da aplicação prática dos conteúdos passados em sala de aula. Desta forma, a participação dos acadêmicos nestas atividades que envolvem o ensino, a pesquisa e a extensão são de grande valia para a construção de profissionais adaptáveis e mais preparados para o mercado. Além disso, contribui para o desenvolvimento pessoal do acadêmico, proporcionando vivências e experiências que ele possivelmente não teria acesso se não fosse através desta ponte.

4.2 CONHECIMENTO, PERCEPÇÃO E GRAU DE INTERESSE

Quando questionados sobre o grau de conhecimento acerca do tema empreendedorismo social (ES), em uma escala de 1 a 5, onde 1 infere um grau nulo de conhecimento (Não tenho nenhum conhecimento) e 5 um grau avançado (Conheço bastante sobre o tema), 45% dos respondentes relatam ter um conhecimento intermediário sobre o tema; à medida que 5% declaram ter conhecimento nulo e 5% conhecimento avançado, conforme demonstra o gráfico:

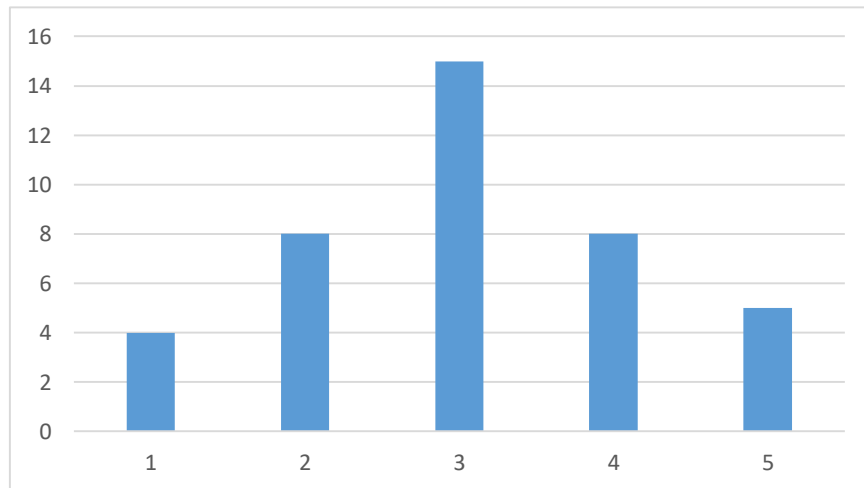
Gráfico 3 - Grau de conhecimento acerca do tema ES



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Quanto ao contato dos acadêmicos com o tema durante a graduação, se sobressaiu um contato intermediário com o tema, obtendo 15 respostas 3 em uma escala de 1 a 5, onde 1 define nenhum contato e 5 muito contato.

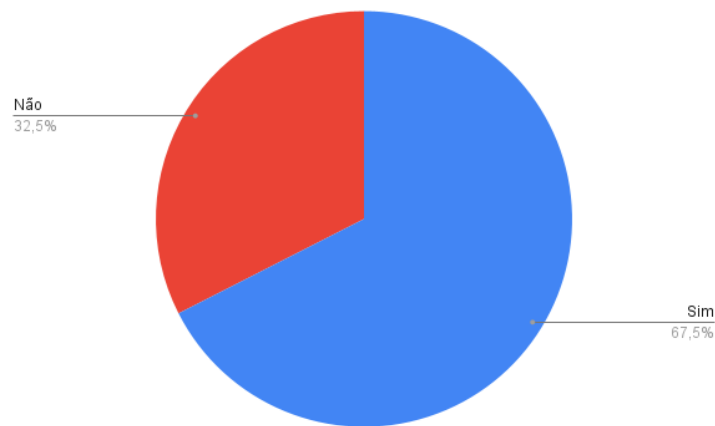
Gráfico 4 - Contato com o ES durante a graduação



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Seguindo o mesmo espectro, 67,5% dos respondentes assinalaram que tiveram contato com o tema durante a graduação na UFFS. De outro modo, 32,5% relatou que não teve contato com o tema em nenhuma disciplina da graduação.

Gráfico 5 - Contato com a temática do ES em alguma disciplina da graduação



Fonte: Pesquisa da autora (2023)

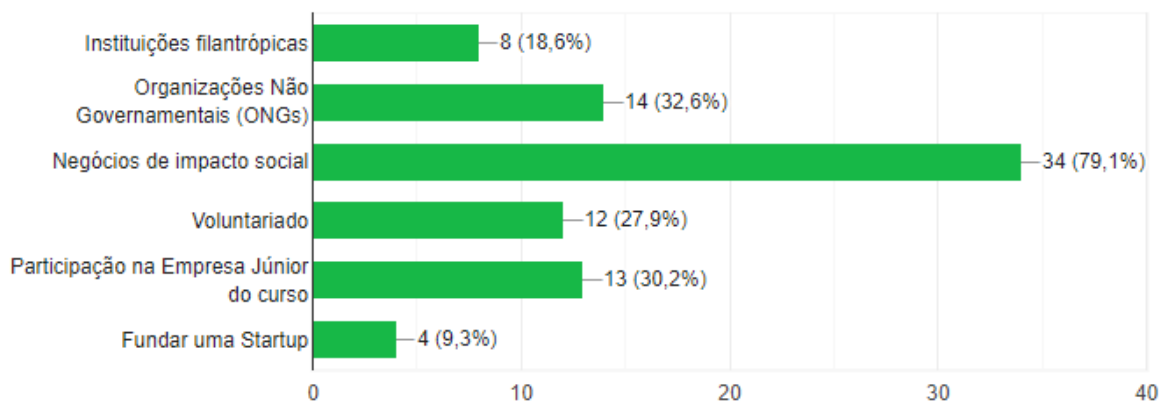
Destes resultados é possível observar alguns pontos, um deles é que a maior parcela daqueles que declararam não ter contato com o tema empreendedorismo social durante a graduação e não ter contato com o tema em nenhuma disciplina, estão nas primeiras fases do curso. O que implica relatar a composição da grade curricular do curso, que atualmente atende ao projeto pedagógico de 16 de maio de 2017. Onde, possui uma disciplina que aborda este tema de forma mais específica apenas nos semestres finais da graduação, sendo a disciplina de Empreendedorismo e criação de negócios, no oitavo período. Segundo a ementa da disciplina, trata de assuntos como o conceito de empreendedorismo e empreendedor, as características empreendedoras, empreendedorismo e educação, etc (UFFS, 2017).

Ainda discernindo acerca do conhecimento dos respondentes sobre o tema empreendedorismo social, foi lhes perguntado como buscam se atualizar sobre essa temática (questão 12). Desta forma, 60,5% dos respondentes selecionaram a opção palestras e eventos na UFFS, sendo o maior percentual dentre as opções. Seguido de sites e redes sociais, com 51,2% e 48,8%, consecutivamente. O percentual alto na opção que envolve as atividades promovidas na universidade corrobora para o que trata Lopes et al (2017), quando expõe que se as competências empreendedoras forem desenvolvidas adequadamente no ambiente de ensino, no sentido de ampliar a visão de possibilidades de carreira e promover a possibilidade de os universitários testarem seu potencial empreendedor, os benefícios auferidos a sociedade como um todo seriam de extrema relevância. Além disto, faz crer que aquilo que vem sendo desenvolvido na UFFS, neste campo de conhecimento, tem gerado um impacto na vida dos estudantes. Bem como, os percentuais significativos da opção sites e redes sociais, demonstram

a alta influência das mídias digitais na atualidade. As demais opções obtiveram os seguintes percentuais: Livros 16,3%, amigos e/ou parentes 4,7%, eventos fora da UFFS 18,6%. Sendo que, 20,9% assinalaram não buscar atualizações sobre esta temática.

Acerca da percepção dos acadêmicos sobre a temática do empreendedorismo social, 79,1% dos respondentes entendem que empreendedorismo social trata de negócios de impacto social. No mais, houve seleção de todos os campos disponíveis, demonstrando de certa forma, que os acadêmicos possuem a percepção da pluralidade do termo, como exposto no gráfico.

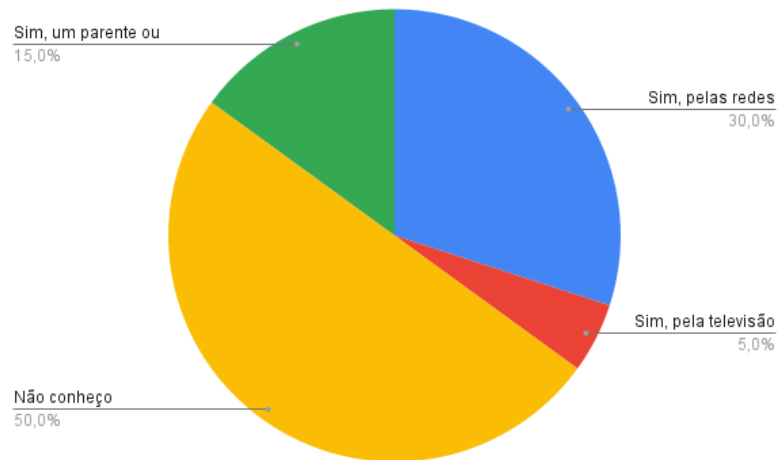
Gráfico 6 - Percepção dos respondentes sobre Empreendedorismo Social



Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Sabe-se que não há uma definição específica e unânime entre os estudiosos, para o empreendedorismo social. Contudo, como infere Limeira (2018), trata-se de um conjunto de iniciativas comprometidas com a geração de impacto social, por meio de soluções criativas e inovadoras para demandas da sociedade. Apesar desta visão ampla sobre o movimento, muitos dos respondentes (50%) relataram não conhecer nenhum empreendedor social, ao ponto que 30% deles relataram que sim, pelas redes sociais. O que denota que, para muitos, apesar de selecionarem o voluntariado e a empresa júnior (no gráfico anterior), por exemplo, desconhecem que esta atitude dos colegas de curso e ou de parentes e amigos, possa ser relacionada a empreender socialmente.

Gráfico 7 - “Conhece um empreendedor (a) social?”

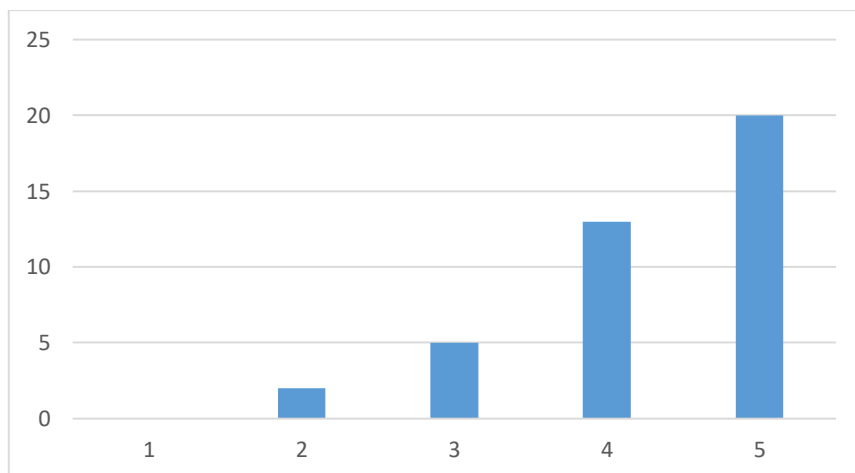


Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Outrossim, outros 5% relataram conhecer um empreendedor social pela televisão e outros 15% um parente ou amigo, conforme a disposição do gráfico 7.

Além disso, na percepção dos respondentes, o empreendedorismo social possui grande relevância para o desenvolvimento social sustentável. A maior concentração de respostas no que concerne a esta relevância se deu entre um grau intermediário até o grau mais elevado, com 20 respostas 5, em uma escala em que 1 representa: pouquíssimo relevante, e 5: muitíssimo relevante. Como disposto no gráfico 8 referente a questão 21 do questionário.

Gráfico 8 - Relevância do ES para o desenvolvimento social sustentável

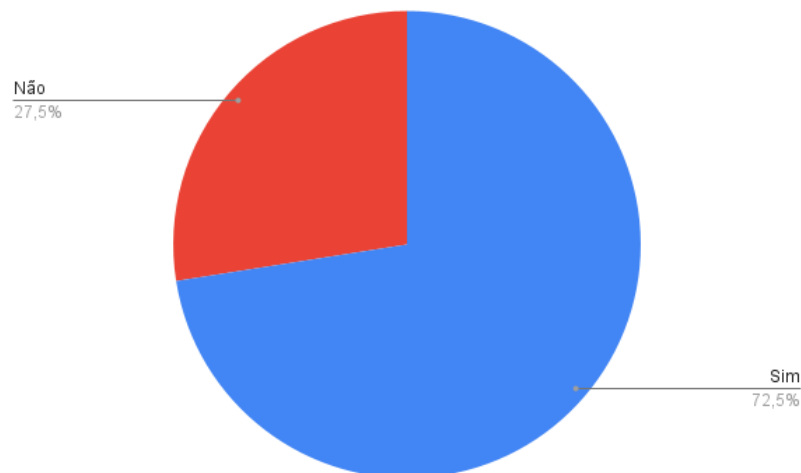


Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Marins (2019) explica que a ideia de desenvolvimento pressupõe a sustentabilidade econômica, social e ambiental. Neste sentido, o tema central desta pesquisa está embebido nesses conceitos, principalmente quando se trata do social e do ambiental. Corroborando para os resultados obtidos através deste questionamento. Isto remete ainda a questão número 22: “De acordo com sua percepção, o empreendedorismo social deve ganhar mais relevância com o passar dos anos?”, nesse quesito os respondentes foram unânimes. 100% deles acredita que sim. Indubitavelmente, o movimento do ES está em uma crescente valorização no país e no mundo. A tendência é que ganhe ainda mais espaço na academia, nas organizações e na vida de todos, como demonstram as pesquisas mais recentes.

Ademais, quando questionados sobre a capacidade de um empreendedor social se auto sustentar ao mesmo ponto em que gera impacto social, conforme gráfico 9, a maior parcela de pessoas acredita que sim (72,5%), é possível.

Gráfico 9 – Capacidade do empreendedor de se auto sustentar ao mesmo ponto que gerar impacto social de acordo com a percepção dos respondentes

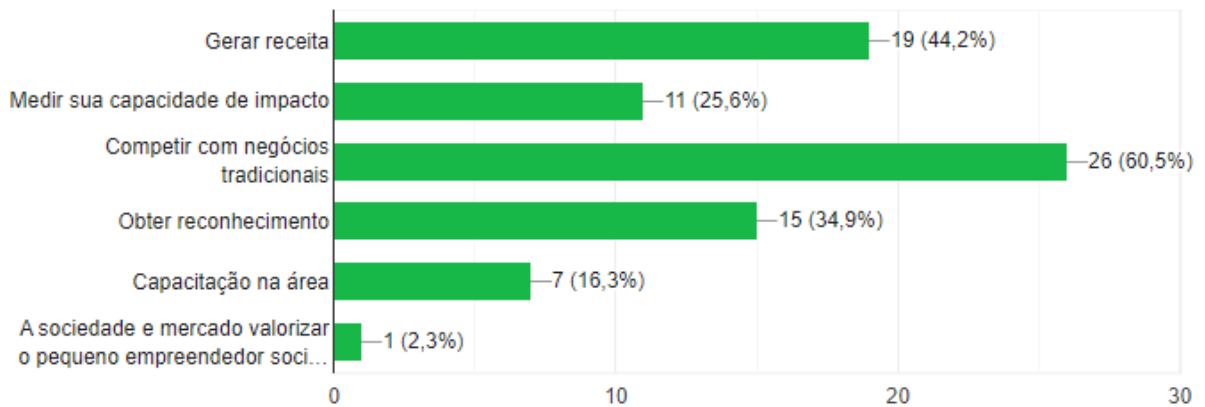


Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Contudo, para 27,5% dos respondentes, essa realidade parece improvável. O que nos defronta com o dilema, “se é empreendedor não é social”, e vice e versa. Visto que para algumas pessoas é difícil atrelar os dois conceitos. Afinal, em um contexto geral, ou se trata do terceiro setor ou do segundo setor. Para tanto, como já visto, o ES está em um setor intitulado “2,5”, que também pode visar o lucro, mas que, sobretudo, visa o impacto social sustentável.

Seguindo a mesma linha, é importante entender quais são os maiores desafios para um empreendedor social na percepção dos acadêmicos.

Gráfico 10 – Desafios para um empreendedor social segundo a percepção dos respondentes



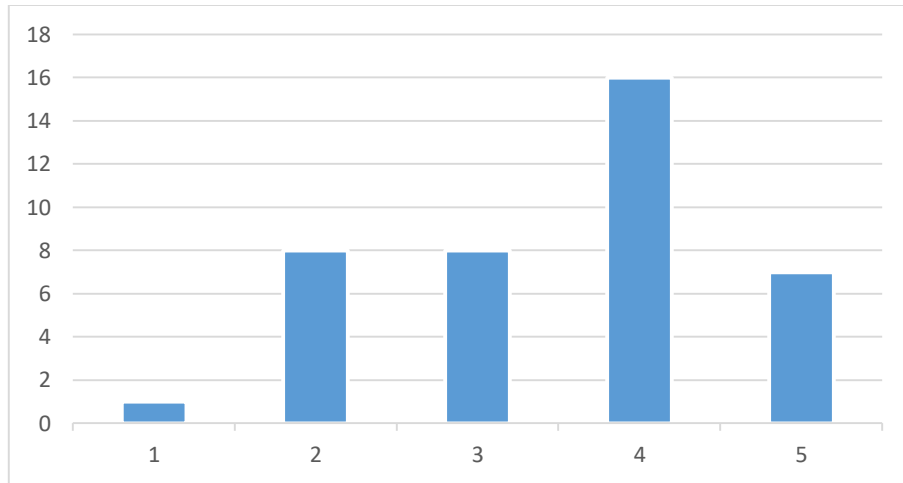
Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Enfatizando o que trata o gráfico anterior, o gráfico 10 demonstra que os desafios mais citados envolvem a perspectiva econômica e visão de competição. Para a maioria (60,5%), o maior desafio é competir com os negócios tradicionais, seguido de gerar receita (44,2%). Outras dificuldades seriam obter reconhecimento (34,9%), medir a sua capacidade de impacto (25,6%), “a sociedade e mercado valorizar o pequeno empreendedor social” (2,3%), e capacitação na área (16,3%). Assim como relatado por Barki et al (2013), um grande obstáculo é esta falta de capacitação especializada para desenvolver o negócio e o indivíduo, isso principalmente quando seu idealizador é de origem baixa renda.

Neste contexto é preciso salientar a importância das incubadoras, aceleradoras, dos programas de desenvolvimento de pequenos negócios desta natureza, bem como, as parcerias entre as instituições de ensino, governos, empresas e terceiro setor. Parceria essa, importante para desenvolver e fomentar negócios dessa natureza, assim como para formar agentes transformadores. Seres conscientes e capazes de desenvolver soluções criativas e inovadoras para problemas latentes da sociedade, gerando alto impacto. Como visto no tópico 4.1, mais da metade dos participantes desta pesquisa, estão envolvidos em algum grau com projetos que vão de encontro a isso.

Quando se trata do interesse dos respondentes pela temática do ES, a maior parte dos alunos participantes optou entre um grau intermediário e um grau altíssimo de interesse.

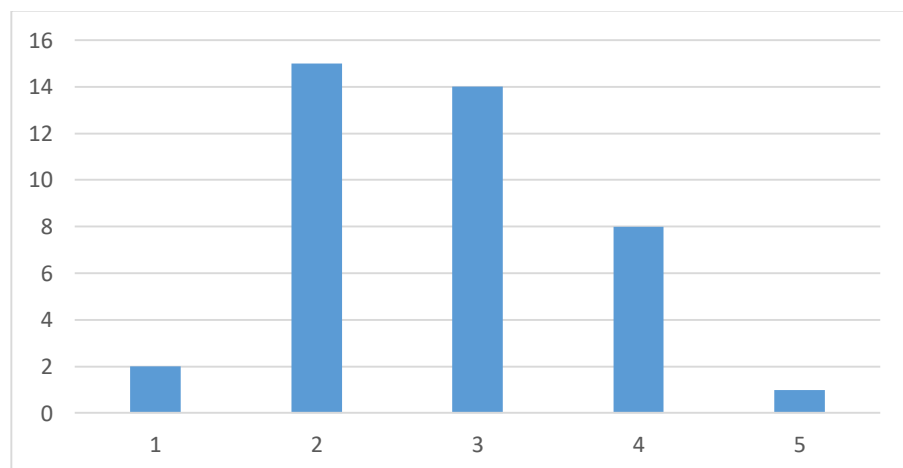
Gráfico 11 – Grau de interesse dos respondentes pelo tema ES



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

O gráfico 11 demonstra a quantidade de respostas obtidas para o grau de interesse em uma escala de 1 a 5, onde 1 refere-se a um grau baixíssimo de interesse e 5 um grau altíssimo de interesse. Dos participantes, 9 optaram por graus de interesse abaixo do grau intermediário (3). Quando se trata da visão que possuem acerca do interesse de seus colegas sobre a temática, os maiores percentuais estão entre um grau intermediário de interesse e nenhum grau de interesse.

Gráfico 12 – Interesse dos colegas de curso em ES na visão dos respondentes

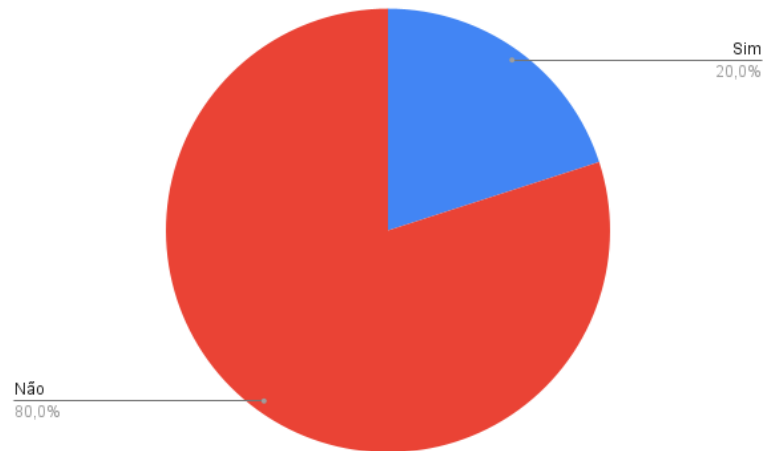


Fonte: Elaborado pela autora (2023)

O gráfico 12 reforça uma inversão em comparação com o gráfico 11. O que influi que este interesse não é tão manifestado na relação dos acadêmicos.

Através do interesse do tema com o mercado, os acadêmicos foram questionados se já haviam buscado ou se interessado em uma vaga de emprego em um negócio social.

Gráfico 13 – Busca e interesse em vagas de emprego em um negócio social

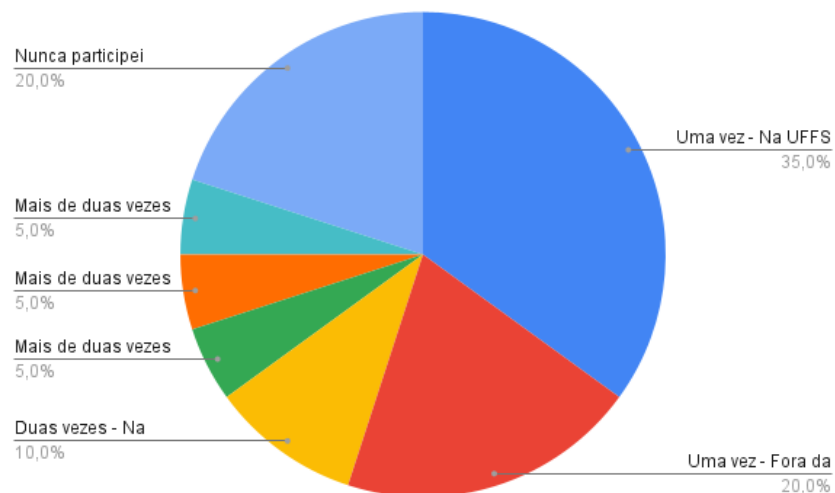


Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Como explicita o gráfico 13, 80% dos respondentes até o momento, nunca se interessou ou buscou uma vaga de emprego em um negócio social.

Quanto a participação dos futuros bacharéis em administração em alguma atividade extracurricular que envolvesse a temática do ES, 35% deles assinalaram terem participado uma vez em alguma atividade extracurricular que envolvesse a temática.

Gráfico 14 – Participação em atividade extracurricular que envolvesse a temática do ES



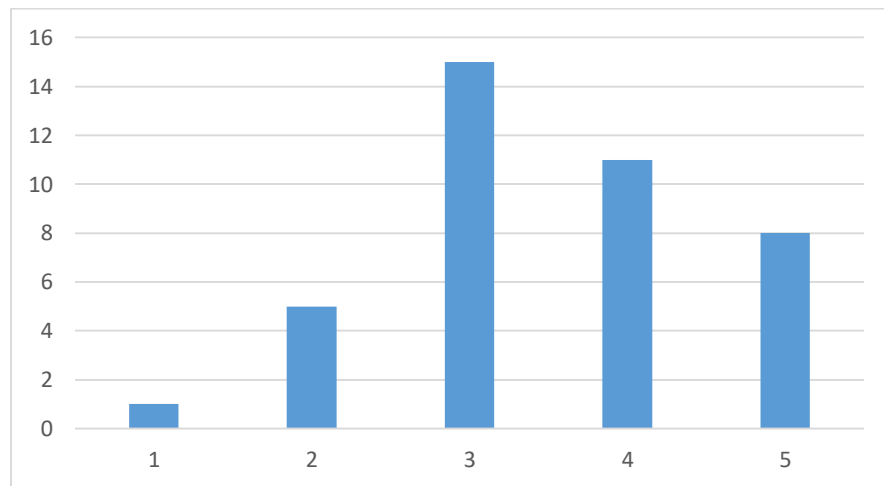
Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Conforme demonstrado no gráfico 14, 20% dos estudantes relatou nunca ter participado de nenhuma atividade extracurricular com esta temática. Além de, 20% informar que já

participou uma vez e esse momento ocorreu fora da UFFS. Outros 10% relataram ter participado mais de duas vezes na universidade. Assim como, 5% assinalou mais de duas participações fora da instituição de ensino, 5% mais de duas participações na UFFS e 5% mais de duas participações na UFFS e também fora. Exposto isso, é possível perceber que a maior parte dos estudantes participantes já obteve algum contato com a temática em uma atividade extracurricular, o que se revela muito positivo.

No que tange ao interesse por eventos nessa temática, houve predominância de respostas entre 3 e 4, o que representa um interesse médio. Em uma escala de interesse que varia entre 1 e 5, onde 1 é pouquíssimo e 5 é muitíssimo.

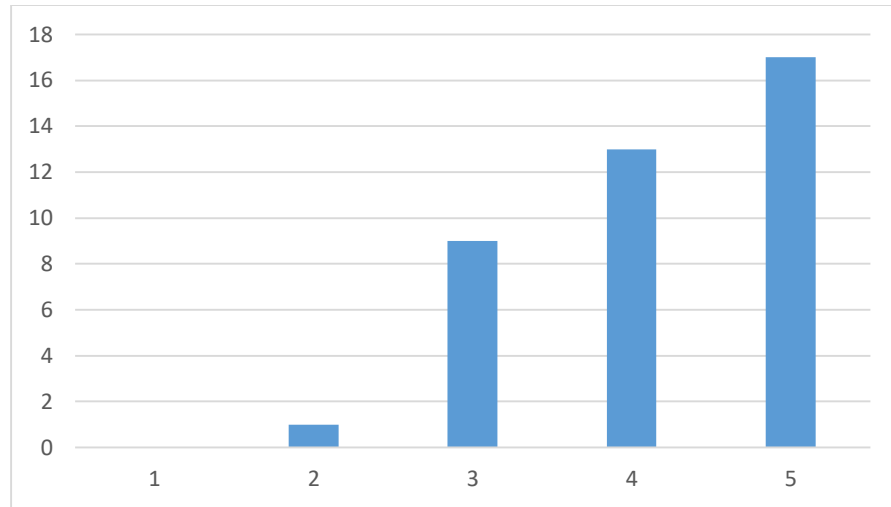
Gráfico 15 – Interesse em eventos com temática de ES



Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Quanto a percepção de importância do tema para a formação de um profissional da sua área de atuação (gráfico 16). O maior número de respostas se concentrou entre 3 e 5, em uma escala de 1 a 5, onde 1 é baixíssimo e 5 é altíssimo. O que indica que na percepção dos respondentes ter contato com este movimento seria importante para a formação dos futuros administradores.

Gráfico 16 – Importância do ES para a formação de um profissional na área da Administração

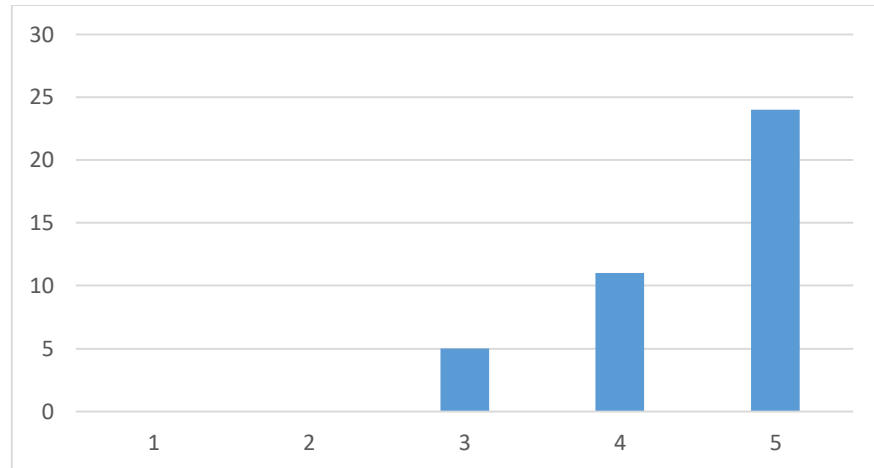


Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Não houve respostas 1 e houve apenas uma resposta 2 (gráfico 16), o que corrobora que há um nível de consciência acerca da importância do Empreendedorismo social, principalmente no ambiente da academia, onde estão se desenvolvendo os profissionais do futuro. Assim como foi colocado por Lopes (2017), há essa necessidade de formar profissionais cada vez mais versáteis e completos que se preocupem com o desenvolvimento sustentável das nações, pensando nas futuras gerações. E que, além disso, sejam mais conscientes, desenvolvam atitudes de perseverança e também de contribuição mútua. Neste sentido, Marins (2019) ressalta que as instituições de ensino superior deveriam incluir na grade curricular temáticas como empreendedorismo social e negócios de impacto. O que não se aplicaria apenas aos cursos de administração, mas sim, para as mais variadas áreas.

Por fim, os acadêmicos foram indagados se a temática deveria ser mais explorada dentro da UFFS. Obtendo-se respostas entre 4 e 5 majoritariamente.

Gráfico 17 – “ A temática deveria ser mais explorada dentro da universidade? ”



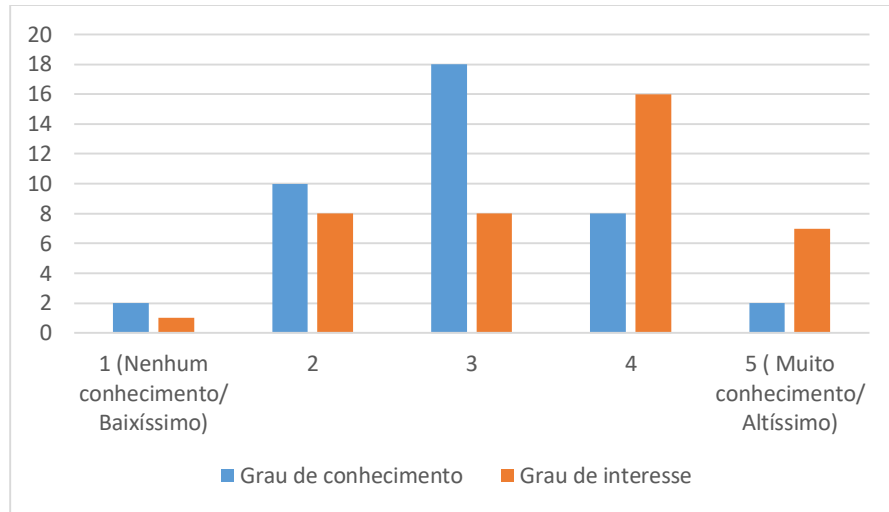
Fonte: Pesquisa da autora (2023)

Parte dos respondentes (cinco respostas 3) optou por uma opção neutra. De forma que, nesta escala de 1 a 5, 1 representa: discordo totalmente e 5: concordo totalmente. Portanto, da análise destes dados é possível destacar que apesar dos esforços contínuos para a disseminação do empreendedorismo dentro da universidade, através de projetos, eventos, pesquisa e extensão (...), há a necessidade de explorar o empreendedorismo social de forma mais evidente e específica.

4.3 RELAÇÃO ENTRE CONHECIMENTO, PERCEPÇÃO E INTERESSE

Correlacionando algumas perguntas com as respostas dos alunos é possível realizar outro tipo de análise. Através do gráfico 18 verificou-se que não há uma relação homogeneia entre o grau de conhecimento e o grau de interesse dos respondentes pelo tema empreendedorismo social. Sendo assim, não há como declarar, neste caso, que o grau de conhecimento interfere diretamente no interesse, e vice e versa. Contudo, é válido destacar que as respostas obtidas, para ambos os questionamentos, concentraram-se entre as respostas 2, 3 e 4.

Gráfico 18 – Relação entre grau de conhecimento e interesse

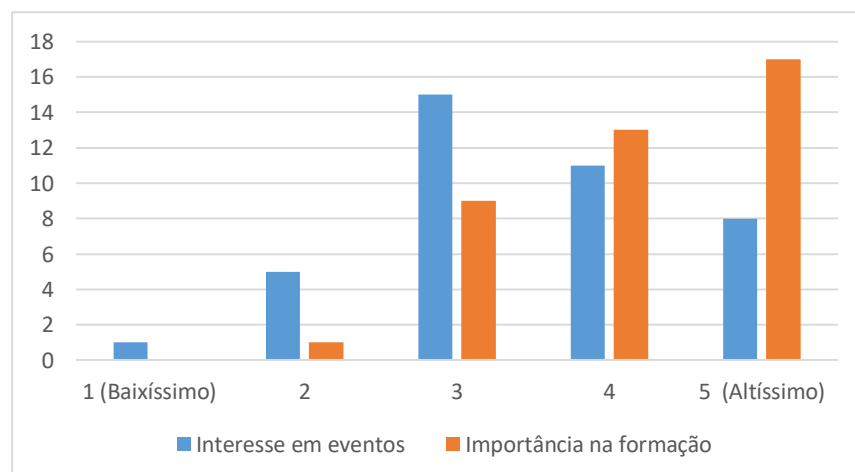


Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Com destaque para as maiores quantidades de respostas em cada caso, sendo a resposta 3 mais citada para grau de conhecimento e resposta 4 para grau de interesse, variando de uma posição neutra a intermediária sobre as questões, denotando que os alunos possuem um conhecimento básico sobre o tema e muito interesse.

Ao correlacionar o interesse por eventos que incluem a temática do ES e a importância deste tema para a formação de um profissional na área da administração, observou-se que as respostas se concentraram entre 3, 4 e 5. O que demonstra que a maioria dos acadêmicos tem a consciência da importância do tema para a sua formação profissional, mas possuem um interesse intermediário em eventos que envolvam o tema.

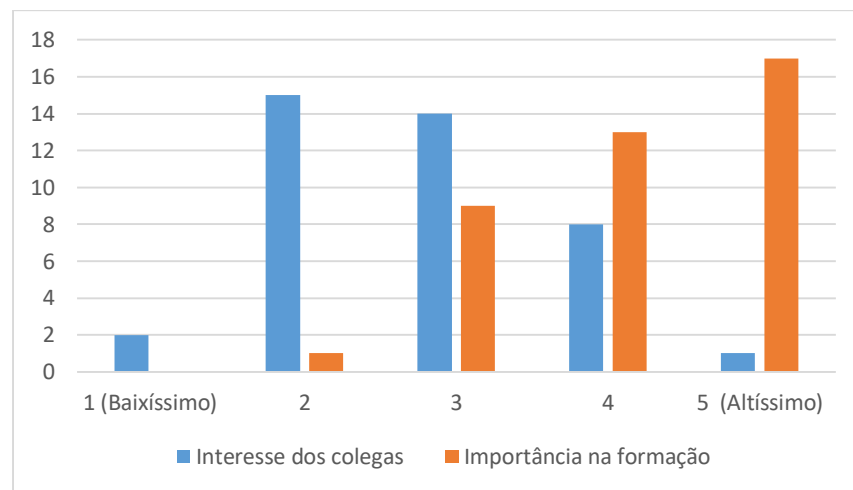
Gráfico 19 – Relação entre o interesse por eventos de ES e a importância do tema para a formação



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Do mesmo modo, o gráfico 20 expõe a percepção dos acadêmicos acerca do interesse dos colegas sobre o tema relacionado com a percepção de importância do ES para a formação profissional. Neste gráfico observou-se uma maior heterogeneidade de repostas, à medida que o interesse dos colegas segundo os respondentes se concentrou entre as respostas 2, 3 e 4 e a importância para a formação entre as respostas 3, 4 e 5.

Gráfico 20 – Relação entre a percepção do interesse dos colegas pelo tema e importância na formação

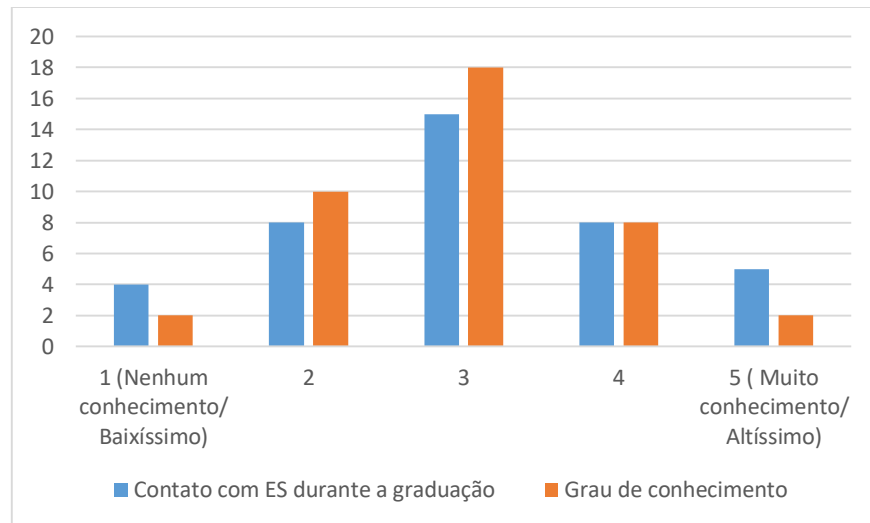


Fonte: Elaborado pela autora (2023)

O que leva a concluir que, na visão dos respondentes apesar de acreditarem que a temática é importante para a formação do profissional de administração, não observam este interesse tão latente dos colegas com o tema. Para tanto, pode-se dizer que para eles não há o entendimento claro desta importância por parte dos colegas, e que estes poderiam estar prejudicando sua própria formação neste sentido.

Ademais, quando relacionado o contato com ES durante a graduação e o grau de conhecimento, nota-se que as respostas foram semelhantes.

Gráfico 21- Relação entre o contato com ES durante a graduação e o grau de conhecimento



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

A similaridade das respostas recorre a influência das atividades desenvolvidas no curso de administração e na UFFS como um todo, na percepção e conhecimento dos acadêmicos acerca do empreendedorismo social. Dado que, a consciência de contato com o tema durante a graduação acompanha a ideia de conhecimento sobre a temática. Como visto no tópico perfil dos respondentes, apenas 5 participantes possuem uma graduação anterior e 35 estão cursando a primeira graduação, o que corrobora para essa afirmação. Além disso, ressalta a importância da inserção desta temática no ambiente acadêmico. Para Dornelas (2015, p. 83) “quanto maior o nível de educação formal do empreendedor, maiores são as chances de sucesso”. E este ambiente é propício ao desenvolvimento de habilidades e competências empreendedoras que resultarão posteriormente em múltiplos benefícios para a sociedade. Até porque, como exposto no gráfico 8, há a percepção por parte dos respondentes, da importância do ES para o desenvolvimento social sustentável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste estudo foi obter um panorama sobre a percepção, conhecimento e interesse dos acadêmicos da graduação no que concerne ao tema empreendedorismo social. Através deste foi possível observar que os alunos participantes possuem uma visão ampla sobre a temática e tem consciência de sua pluralidade. Contudo, apesar de identificarem a importância do empreendedorismo social para a formação de um administrador, grande parte não acredita que seus colegas reconheçam isso e transmitam interesse em participar de atividades desta natureza.

Ainda se enfatizou a importância do desenvolvimento de atividades que envolvam o ES dentro da universidade. Ao ponto que se verificou que o conhecimento sobre o tema acompanha a percepção de contato com o mesmo durante a graduação, o que corrobora com Marins (2019, p. 225), o qual infere que as instituições de ensino superior deveriam incluir temáticas como: finanças sociais, empreendedorismo social e negócios de impacto, na grade curricular. Direcionando esforços para a produção e disseminação deste conhecimento. O processo de disseminação deste conhecimento ainda é lento e encontra algumas barreiras, como a falta de iniciativas e ações que sejam capazes de gerar maior interesse nos acadêmicos.

Mas apesar disso, a maior parte dos acadêmicos respondentes está inteirada sobre a temática em algum grau. Acredita-se que muito disso é devido à grande parte deles participarem de atividades de extensão e pesquisa.

Assim como explicitado por Lopes (2017), as universidades brasileiras possuem um contingente enorme de pessoas o que representaria um grande potencial, bem como uma reserva de capital humano a ser inserido na sociedade e também na economia. Se as competências empreendedoras forem desenvolvidas adequadamente no ambiente de ensino, no sentido de ampliar a visão de possibilidades de carreira e promover a possibilidade de os universitários testarem seu potencial empreendedor, seriam vastos os benefícios auferidos a sociedade.

A principal contribuição deste estudo foi evidenciar que há uma grande demanda a ser explorada nesta área de conhecimento. O conceito é relativamente novo, e está em constante ascendência no Brasil e no mundo. Sendo assim, ainda possui muitas lacunas a serem exploradas. Sugere-se que sejam realizadas novas pesquisas a fim de contribuir para a consolidação da temática dentro e fora dos ambientes de ensino. Bem como, estudos que possibilitem mapear o impacto da aplicação desta temática dentro do campus da UFFS.

Sugere-se ainda a inclusão da temática em disciplina específica para que os conceitos e aplicações possam ser mais explorados dentro da universidade. Além da inclusão de atividades práticas como competições para a elaboração de negócios sociais que beneficiem alguma demanda da população. Tais competições com ranking e premiações estimulam a maior aderência ao projeto.

Além de parcerias com instituições que promovem mais assiduamente a temática e que possam colaborar para a inclusão mais assertiva do tema dentro dos contextos da universidade. Bem como visitas guiadas a projetos e a negócios com impacto social, gerando maior interação do acadêmico com a prática.

REFERÊNCIAS

- ANASTACIO, Mari Regina et al. **Empreendedorismo Social e Inovação no contexto brasileiro**. Curitiba: PUCPREES, 2018.
- BARKI, Edgard et al. **Negócios com Impacto Social no Brasil**. São Paulo: Pierópolis, 2013.
- CARDOSO, Gabriel; ALMEIDA, Julio Gomes. **Empreendedorismo Social e Políticas Públicas na Educação: possibilidades e limites**. 1.ed. Curitiba: Appris, 2018.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. Ed. São Paulo: Manole, 2012.
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho, 1999.
- GARCIA, André Luís Fassa; JUSTINIANO, Leonides da Silva. **Inovação, empreendedorismo e desenvolvimento regional: o caso ADETEC**. 1. Ed. São Paulo: Boreal Editora, 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRECO, S. M. S. et al. **Empreendedorismo no Brasil 2022**. GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Disponível em: <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- JAHCHAN, A. L.; COMINI, G. M.; D'AMARIO, E. Q. **Negócios sociais: a percepção, a consciência e o grau de interesse pelo tema para os alunos de graduação em Administração**. *Administração: Ensino e Pesquisa*, v. 17, n. 3, p. 537-566, 1 set. 2016. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/454>. Acesso em: 26 mai. 2022.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5.ed São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. **Negócios de Impacto Social**. 1.ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

LOPES, Rose Mary Almeida et al. **Ensino de Empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

MARINS, James. **A Era do Impacto: O movimento transformador massivo da liberdade, das novas economias, dos empreendedores sociais e da consciência da humanidade**. 1.ed. Curitiba: Editora Voo, 2019.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. **Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. UFG-Catalão, 2011. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf. Acesso em: 02 jul. 2023

Projeto pedagógico (PPC) do curso de Administração (Bacharelado) do Campus Chapecó (EMEC5000376). Universidade Federal da Fronteira Sul, 2017. Disponível em: <https://www.uffs.edu.br/atos-normativos/ppc/ccadch/2017-0002>. Acesso em: 01 jul. 2023.

QUEM se importa. Direção de Mara Mourão. Brasil: Momo filmes e Grifa Filmes, 2011.

SARKAR, Soumodip. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SCHNEIDER, Elton Ivan. CASTELO BRANCO, Henrique José. **A caminhada empreendedora: a jornada de transformação de sonhos em realidade**. Curitiba: InterSaberes, 2012.

SILVA E SILVA, Ricardo. et al. **Empreendedorismo Social**. Porto Alegre: Sagah, 2019. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788533500204/pageid/0>. Acesso em: 10 jun. 2022.

TOSTA, Humberto Tonani. et al. **A educação empreendedora na Universidade Federal da Fronteira Sul**. (Livro eletrônico) Florianópolis: Trem da Ilha editorial, 2021.

Universidade Federal da Fronteira Sul. Disponível em: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/cursos/graduacao/administracao/perfil-do-curso>. Acesso em: 15 mai. 2023. Sem autor. ADMINISTRAÇÃO, Perfil do Curso.

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO – EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Este questionário destina-se a identificar a percepção, o conhecimento e o grau de interesse dos alunos de Administração da UFFS campus Chapecó no tocante ao tema Empreendedorismo social. Sua participação é confidencial e anônima, não havendo risco de exposição da sua opinião. As respostas obtidas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos. Ressalta-se que não há respostas certas ou erradas às questões apresentadas.

Este questionário é parte do desenvolvimento do trabalho de conclusão do curso de Administração, da Universidade Federal da Fronteira Sul - Campus Chapecó, sob orientação do Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta. A sua resposta, pessoal e sincera, é muito importante! Desde já agradeço sua colaboração. E fico à disposição para quaisquer questionamentos.
Contato: maayaramichelon@gmail.com

Mayara Michelon - Acadêmica de Administração 9ª fase.

Seção 1 - Aceite

1. Li e concordo em participar desta pesquisa de forma voluntária.
 - Sim
 - Não

Seção 2 – Curso

1. Você é acadêmico do curso de Administração?
 - Sim
 - Não

Seção 3 – Perguntas

1. Qual período da graduação está cursando no momento?
 - 1ª fase
 - 2ª fase
 - 3ª fase
 - 4ª fase
 - 5ª fase
 - 6ª fase

- 7ª fase
- 8ª fase
- 9ª fase

2. Qual é a sua idade?

- Entre 18 e 22 anos
- Entre 22 e 27 anos
- Entre 27 e 31 anos
- Mais que 31 anos

3. Qual é o seu gênero?

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder
- Outro:

4. Possui alguma graduação anterior?

- Sim
- Não

5. Teve contato com o tema empreendedorismo social durante a graduação na UFFS?

1 (Nenhum contato)	2	3	4	5 (Muito contato)
--------------------	---	---	---	-------------------

6. Como define seu conhecimento sobre empreendedorismo social?

1 (Nulo – Não tenho nenhum conhecimento)	2	3	4	5 (Avançado – Conheço bastante sobre o tema)
--	---	---	---	--

7. O que você entende por “Empreendedorismo social”?

(Marque todas que se aplicam)

- Instituições filantrópicas
- Organizações Não Governamentais (ONGs)
- Negócios de impacto social
- Voluntariado
- Participação na Empresa Júnior do curso
- Fundar uma Startup
- Outro:

8. De acordo com a sua percepção e conhecimento, um empreendedor social é capaz de se auto sustentar ao mesmo ponto em que gera impacto social?

- Sim
 Não

9. Como define seu grau de interesse no tema empreendedorismo social?

1 (Baixíssimo)	2	3	4	5 (Altíssimo)
----------------	---	---	---	---------------

10. Na sua opinião, seus colegas possuem interesse neste tema?

1 (Nenhum interesse)	2	3	4	5 (Muitíssimo interesse)
----------------------	---	---	---	--------------------------

11. Na sua opinião, qual é a importância do tema empreendedorismo social para a formação de um profissional da sua área?

1 (Baixíssimo)	2	3	4	5 (Altíssimo)
----------------	---	---	---	---------------

12. Como busca se atualizar sobre o tema?

(Marque todas que se aplicam)

- Livros
 Sites
 Palestras e eventos na UFFS
 Redes sociais
 Amigos e/ou parentes
 Eventos fora da UFFS
 Não procuro me atualizar sobre este tema
 Outro:

13. Já participou de alguma atividade extracurricular que envolvesse o tema empreendedorismo social?

- Uma vez – Na UFFS
 Uma vez – Fora da UFFS
 Duas vezes – Na UFFS
 Duas vezes – Fora da UFFS
 Mais de duas vezes – Na UFFS
 Mais de duas vezes – Fora da UFFS

- Mais de duas vezes – Na UFFS e fora da UFFS
- Outro:

14. Teve contato com o tema empreendedorismo social em alguma disciplina da graduação?

- Sim
- Não

15. Participa ou participou de alguma atividade ou trabalho voluntário?

- Sim
- Não

16. Se sim, qual?

(Marque todas que se aplicam)

- Empresa Júnior do curso
- INNE
- Empreende UFFS
- Voluntário no apoio a causas sociais
- ONG
- Voluntário em um negócio de impacto social
- AIESEC
- Atlética do curso
- Nunca participei
- Outro:

17. Eventos com essa temática atraem seu interesse?

1 (Pouquíssimo)	2	3	4	5 (Muitíssimo)
-----------------	---	---	---	----------------

18. Para você, qual é o maior desafio para um empreendedor social?

(Marque todas que se aplicam)

- Gerar receita
- Medir sua capacidade de impacto
- Competir com negócios tradicionais
- Obter reconhecimento
- Capacitação na área
- Outro:

19. Já buscou ou se interessou por uma vaga de emprego em um negócio social?

- Sim

Não

20. Você conhece algum empreendedor (a) social?

Sim, um parente ou amigo

Sim, pelas redes sociais

Sim, pela televisão

Não conheço

Outro:

21. Na sua percepção, qual é a relevância do tema para o desenvolvimento social sustentável?

1 (Nenhum contato)	2	3	4	5 (Muito contato)
--------------------	---	---	---	-------------------

22. De acordo com a sua percepção, o empreendedorismo social deve ganhar maior relevância com o passar dos anos?

Sim

Não

23. Na sua opinião esta temática deveria ser mais explorada dentro da universidade?

1 (Discordo totalmente)	2	3	4	5 (Concordo totalmente)
-------------------------	---	---	---	--------------------------