



O EMPREENDEDORISMO NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR BRASILEIRAS

CARINA ARAUJO DOS SANTOS; ERNANI MARQUES DOS SANTOS

RESUMO

O empreendedorismo está no âmago das discussões entre diversos especialistas, pesquisadores e sociedade. Por ser uma área de grande impacto social e econômico e um tema em evidência, vem sendo difundido de diversas formas, seja pelos diferentes meios de comunicação, ou por meio de eventos como palestras, seminários, *workshops*, congressos e fóruns. Contudo, além desses mecanismos, o empreendedorismo vem sendo fomentado também nas IES (Instituições de Ensino Superior) durante o processo de formação do aluno. Isso pode ser percebido não só devido a inserção da disciplina Empreendedorismo nas matrizes curriculares, mas devido à preocupação das instituições em desenvolver metodologias de ensino para fomentar a educação empreendedora e oferecer aos alunos um ambiente de práticas didático pedagógicas voltadas para o empreendedorismo durante o processo de formação do aluno. Desta forma, o tema evidencia sua importância ao discutir a sua atuação no ensino superior brasileiro, revelando a contribuição da educação no processo de fomento do empreendedorismo no Brasil. Para a comunidade acadêmica, a pesquisa é importante por disseminar o conhecimento e estimular novas discussões acerca do tema proposto. No que tange a sociedade, este trabalho evidencia a importância do empreendedorismo nas esferas social e econômica e mostra o papel das universidades na sua disseminação pelo país. Com relação ao objetivo, esta pesquisa buscou avaliar o empreendedorismo nas instituições de ensino superior, bem como os indicadores de mensuração e as posições que as universidades brasileiras se encontram. O método realizado foi a pesquisa qualitativa descritiva, com técnica de coleta de dados por meio de pesquisa documental. Os resultados mostraram um estudo em 126 universidades localizadas em todas as regiões do Brasil, com suas respectivas unidades federais, categorias, regiões e notas de cada dimensão avaliada. Por fim, a conclusão revelou o ensino do empreendedorismo no Brasil como um elemento presente nas Instituições de Ensino Superior, sendo as universidades da região sudeste as melhores posicionadas no *ranking* Universidades Empreendedoras 2021. Ademais, vale destacar que a pesquisa alcançou seu objetivo, porém sugerimos a realização de novos estudos usando outras metodologias, uma vez que poderão emergir resultados inéditos e novas discussões acerca do tema.

Palavras-chave: Inovação em IES; Empreendedorismo Acadêmico; Cultura Empreendedora.

1 INTRODUÇÃO

Para compreender o motivo da disseminação e incentivo do empreendedorismo nos dias atuais, é necessário primeiramente entender o seu conceito e a sua origem. O termo empreendedorismo origina-se do inglês *entrepreneurship*, oriundo do latim *imprehendere*, e significa tentar e executar uma empresa, sendo uma expressão muito antiga desde o século XV (SILVA; PENA, 2017). Para o GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* (2019), o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma e individual, ou a expansão de um empreendimento existente. Nesta perspectiva, o empreendedorismo contribui com a criação de oportunidades de emprego e aumento de

competências e produtividade, por permitir que a população atue não apenas como cliente, mas também como produtores e fornecedores (ROSCA; AGARWAL; BREM, 2020).

O termo *entrepreneur* (empreendedor), tem origem francesa e surgiu no século XII, referindo-se a quem encoraja brigas. No século XVI, o termo se referia a uma pessoa que assumia a responsabilidade e dirigia uma ação militar. Posteriormente, no final do século XVII e início do XVIII, o termo passou a designar pessoas criadoras de projetos (SILVA; PENA, 2017).

Na visão de Filion (1999), o empreendedor é a pessoa capaz de estabelecer objetivos claros e encontrar negócios, fazendo uso de sua criatividade e conhecimento do ambiente que está inserido para explorar as oportunidades. Nesse sentido, Dolabela (2002) amplia o conceito, definindo-o como alguém capaz de identificar oportunidades independente dos recursos que possui, uma vez que, sabe como buscar, gerenciar e capacitar recursos.

Considerando o cenário globalizado e competitivo, constituído de oscilações e constantes mudanças, os novos empregos têm exigido dos indivíduos características que antes não eram cobradas, mas hoje são fundamentais para que as organizações alcancem os resultados desejados (SILVA; PEREIRA; GUIMARAES, 2021). Entretanto, diante dos inúmeros desafios mercadológicos e pedagógicos, as Instituições de Ensino Superior (IES) são forçadas a utilizar metodologias de ensino e práticas didático-pedagógicas que formem profissionais capazes de atuar em sua área de formação de maneira criativa e inovadora, mas também em atividades empreendedoras.

Nesse sentido, para superar os desafios de capacitar e qualificar os estudantes, preparando-os para atuar eficazmente no campo profissional, as IES precisam estabelecer diretrizes e políticas consistentes, recorrer a professores preparados e proporcionar a estrutura necessária para construir um ambiente propício ao empreendedorismo, como Empresa Júnior, laboratórios de informática e biblioteca robusta dos principais títulos da área (SILVA; PEREIRA; GUIMARAES, 2021).

Na visão de Lemos (2012), a educação em empreendedorismo deve ser mais ampla, voltada para a formação e difusão de um pensamento empreendedor, o que inclui a prática do empreendedorismo. A pedagogia deve se basear em uma aprendizagem prática com a presença de empreendedores nos processos de treinamento e desenvolvimento. A partir disso, a universidade empreendedora pode ser definida como um constructo de segunda ordem composto pela mobilização de pesquisa, colaboração da indústria, informalidades e a interação das indústrias, que atuam em conjunto e influenciam as atividades empreendedoras (VOLLES; GOMES; PARISOTTO, 2017).

Por outro lado, percebemos que o empreendedorismo é um fator essencial à riqueza da sociedade, bem como uma excelente ferramenta para o crescimento econômico, pois promove a inovação necessária não somente para explorar novas oportunidades, mas para impulsionar a produtividade, criar empregos e também para ajudar nos desafios mais complexos da sociedade, como a conquista dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos na Agenda 2030 pela Organização das Nações Unidas (GEM, 2019).

No que tange à educação, vale ressaltar que o conhecimento adquirido no ambiente acadêmico deve causar impactos nas esferas social e econômica. Para isso, as universidades precisam proporcionar um ambiente de aprendizagem que permita o desenvolvimento de novas competências e inovação. Nessa toada, as práticas que têm sido adotadas pelas instituições para fomentar o empreendedorismo no ambiente acadêmico são: palestras, estudos de caso, recomendações de leituras, visitas em empresas, *brainstorming*, simulações e projetos desenvolvidos em grupos, entrevistas com empreendedores, planos de negócios, uso de filmes e jogos sobre empreendedorismo (ROCHA; FREITAS, 2014).

Segundo Silva, Pereira e Guimarães (2021), o ensino do empreendedorismo como processo formativo do estudante, precisa impulsionar formatos que permitam estimulá-lo a

pensar nas possibilidades reais de atuar no segmento. Na visão de Schaefer e Minello (2016) a educação empreendedora possui uma natureza e especificidades próprias que a diferencia dos modelos tradicionais de ensino, tendo ênfase no processo de aprendizagem do aluno e foco na ação e no aprender a aprender.

Ademais, universidades que possuem uma cultura empreendedora, permitem que o aluno desenvolva as competências essenciais para a solução de problemas sociais e econômicos, criando um ambiente propício para o surgimento e execução de ideias inovadoras. Para Andrade Júnior e Sato (2019) a educação empreendedora pode contribuir para o desenvolvimento de competências e habilidades comportamentais que podem ajudar na identificação de oportunidades de negócios, melhorar a capacidade de fazer análises, de resolver problemas individuais e de revelar o potencial empreendedor. Nessa toada, percebe-se a educação empreendedora como uma educação transcendente que vai para além dos limites da sala de aula, uma vez que muitas dessas atividades forçam o aluno a expandir o conhecimento teórico e desenvolver uma visão crítica e analítica do mundo, interagindo e se familiarizando ainda durante o processo de formação com os desafios e oportunidades existentes no mercado.

Nesse sentido, o tema evidencia sua importância por discutir o empreendedorismo no ensino superior brasileiro, revelando a contribuição da educação no processo de fomento do empreendedorismo no Brasil. Para a comunidade acadêmica, a pesquisa é importante por disseminar o conhecimento e estimular novas discussões acerca do tema proposto, servindo como base para novas análises e referência para estudos posteriores. No que tange a sociedade, este trabalho é relevante porque evidencia a importância do empreendedorismo nas esferas social e econômica e mostra o papel das universidades na disseminação do empreendedorismo no país. Por fim, o objetivo desta pesquisa foi avaliar o empreendedorismo nas instituições brasileiras de ensino superior, bem como os indicadores de mensuração e as posições que essas universidades se encontram.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa se classifica como descritiva, pois visa descrever as características de determinada população/ fenômeno ou relatar o estabelecimento de relações entre variáveis (PRODANOV; FREITAS, 2013) de natureza qualitativa.

A técnica de coleta de dados, foi feita por pesquisa documental, onde foram avaliados o Ranking Universidades Empreendedoras 2021 da Brasil Junior, relatórios entre outros estudos. Quanto a análise de dados, foi feita a análise de conteúdo com definição das categorias analíticas usando o modelo misto (categorias estabelecidas previamente ou categorias formadas no decorrer do processo de análise). Posteriormente, o documento escolhido para embasamento desse trabalho, foi o *Ranking* Universidades Empreendedoras 2021 da Brasil Junior, por apresentar indicadores que permitiram avaliações diretas e subjetivas acerca do processo de ensino do empreendedorismo nas instituições de ensino superior brasileiras.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O relatório Universidades Empreendedoras (2021), apresenta o ranking das universidades empreendedoras 2021, trazendo um total de 126 universidades, localizadas em todas as regiões do Brasil, com suas respectivas unidades federais, categorias, regiões e notas. Entre as 10 primeiras posicionadas no ranking, 7 são da região sudeste, 2 da região nordeste e uma da região sul, havendo uma predominância da região sudeste nas 5 primeiras colocações.

O 6º e 7º lugar estão ocupados por universidades da região nordeste, 8º e 9º sudeste novamente e 10º lugar é ocupado por uma universidade da região sul. As cinco primeiras colocadas são: Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Universidade de São Paulo

(USP), Universidade Federal de Viçosa (UFV), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP).

Ademais, a pesquisa avaliou o empreendedorismo nas universidades por meio de dimensões. A primeira dimensão, Cultura Empreendedora, buscou compreender as percepções por meio da visão dos próprios alunos das universidades. Os dados dessa dimensão foram calculados com base nas 24 mil respostas, advindas de alunos das Universidades que participaram da Pesquisa de Percepção em 2021.

Para isso, foram estabelecidos 4 indicadores: postura empreendedora discente, avaliação da matriz curricular, postura empreendedora docente e postura empreendedora adaptação remota. Nessa dimensão, a Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afrobrasileira, localizada no Estado do Ceará, de categoria federal, aparece em primeiro lugar com média 8,71, seguida da Universidade Federal de Viçosa com média 8,51 e Universidade Cidade de São Paulo (particular) com média 8,38.

A segunda dimensão, Extensão, foca na percepção acerca das ações que a universidade realiza em conjunto com o ecossistema, promovendo um ambiente favorável ao desenvolvimento de pesquisas dentro da universidade. Os alunos a consideram como fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo em Universidades, pois contribui para a construção de uma experiência completa. Para avaliação dessa dimensão foram estabelecidos quatro indicadores: rede, ações de extensão e altimetria. Nessa dimensão a Universidade de São Paulo ocupa o primeiro lugar, com a média 7,71, seguida das Universidades Federal de Viçosa com nota 7,33 e Federal de Minas Gerais com nota 6,89.

Já a terceira dimensão avaliou a Inovação, considerando a ligação direta entre desenvolvimento de tecnologias e conhecimento. Nessa dimensão, foram definidos os seguintes indicadores: Pesquisa, Patentes, Proximidades Instituição de Ensino Superior-Empresa, Empresas incubadas, Situação do Núcleo de Inovação Tecnológica e Resultados das Instituições Científicas e Tecnológicas. Nessa dimensão, a Universidade Estadual de Campinas aparece em primeiro lugar com nota 5,46, seguida da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro com nota 4,76 e Universidade Federal do Rio Grande com nota 4,7. Posteriormente foi avaliada a Internacionalização. Essa dimensão buscou avaliar a conexão entre a Universidade e o ecossistema internacional, tendo como indicadores: intercâmbio, parcerias com universidades internacionais e pesquisas internacionais. Nessa dimensão a Universidade de São Paulo encontra-se em primeiro lugar, com nota 8,83, seguida da Universidade Estadual de Campinas e Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul com notas, 7,98 e 5,43, respectivamente.

Em seguida foi avaliada a dimensão Infraestrutura, visto que a existência de uma universidade empreendedora depende de uma estrutura adequada e de qualidade, favorável à execução e ao desenvolvimento das atividades. Nessa dimensão foram usados os indicadores: qualidade, parque tecnológico e qualidade da infraestrutura remota, estando a Universidade do Vale do Taquari em primeiro lugar, com nota 8,52, seguida da Universidade Federal de Viçosa com nota 8,46 e Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul com 8,41. Por fim, foi avaliada a dimensão Capital Financeiro, uma vez que, o capital financeiro é fundamental para garantir as condições básicas de infraestrutura, corpo administrativo, projetos e iniciativas inovadoras. Para avaliar o Capital financeiro, foram estabelecidos dois indicadores: orçamento e fundos patrimoniais, estando a Universidade Estadual de Campinas em primeiro lugar entre as *top 10*, com nota 10, seguida da Universidade de São Paulo com nota 8,1 e Universidade Federal do Espírito Santo com nota 6,85.

4 CONCLUSÃO

Diante da discussão abordada anteriormente, percebe-se que o ensino do

empreendedorismo no Brasil é um elemento presente nas Instituições de Ensino Superior, sendo as universidades da região sudeste as melhores posicionadas no ranking. Das seis dimensões avaliadas, as dimensões Cultura Empreendedora, Extensão e Inovação, trouxeram indicadores relevantes para mensuração da disseminação do empreendedorismo nas instituições, uma vez que além da necessidade de ser proporcionada uma cultura empreendedora, é fundamental um ambiente de pesquisa e inovação propícios para que os alunos venham empreender nas universidades. Nessa toada, as três dimensões permitiram uma avaliação clara e objetiva das práticas didático pedagógicas realizadas nas Instituições de Ensino Superior do Brasil.

Com relação as demais dimensões (Internacionalização, Infraestrutura e Capital Financeiro), foi percebido a predominância das regiões sul e sudeste nas três primeiras posições do *top 10* de cada dimensão. Ademais, embora haja uma prevalência da região sul nas 10 primeiras posições do Ranking Universidades Empreendedoras 2021, vale ressaltar o destaque na dimensão Cultura Empreendedora da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afrobrasileira, localizada no Estado do Ceará, posto que se encontra em primeiro lugar entre as dez universidades que propiciam uma cultura empreendedora, segundo a visão dos alunos.

Por fim, percebemos que embora o ensino do empreendedorismo esteja presente nas IES, algumas universidades são mais empreendedoras que outras, evidenciando que a disseminação do tema se desenvolve em diferentes níveis entre as universidades brasileiras. Mediante exposto, concluímos que esta pesquisa alcançou seu objetivo, sendo sugerida a realização de novos estudos, utilizando outras metodologias, uma vez que, poderão emergir resultados inéditos e novas discussões acerca do tema.

REFERÊNCIAS

ANDRADE JÚNIOR, Daniel L. I.; SATO, Camila Y. Influência da Educação Empreendedora na Identificação de Oportunidades de Negócios. **Revista de Administração IMED**, Passo Fundo, v. 9, n. 2, p. 3-24, dez., 2019.

BRASIL JUNIOR. Universidades empreendedoras. 2021. Disponível em: <https://universidadesempreendedoras.org/wp-content/uploads/2020/07/ranking-2016.pdf>. Acesso em 30 nov. 2022.

DOLABELA, F. C. **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 13ª edição. São Paulo: Cultura, 2002.
FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 34(2), 5-28.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 30 dez.2022.

LEMONS, Paulo. Universidades e ecossistemas de empreendedorismo. Campinas. Editora: Unicamp, 2012.

OKOLI, C; SCHABRAM, K. (2010). **A guide to conducting a systematic literature review of information systems research**.

PRODANOV, Cleber Cristiano. DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Rio Grande do Sul: Editora Feevale, 2013. Disponível em:

https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf. Acesso em: 03 dez. 2022.

ROCHA, E. L. C., FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. RAC, Rio de Janeiro, v.18, n. 4, art. 5, pp. 465-486, jul./ago., 2014.

ROSCA, Eugenia; AGARWALB, Nivedita; BREM, Alexander. Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. **Technological Forecasting & Social Change**, n. 157, p. 1-12, 2020.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Ítalo F. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, jul./set., 2016.

SILVA, J. F.; PENA, R. P. M. O “be-a-bá” do ensino do empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. v.6, n.3, p. 372-401, mai./ago., 2017

SILVA, Carla Patrícia de Sousa. PEREIRA, Etnny Coelho de Sa. GUIMARÃES, Jairo de Carvalho. Educação empreendedora no ensino superior: uma análise sob a perspectiva dos estudantes de administração. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 15, n. 4, out./dez., 2021.

VOLLES, Barbara Kobuszewski. GOMES, Giancarlo. PARISOTTO, Iara Regina dos Santos. Universidade empreendedora e transferência de conhecimento e tecnologia. REAd, Porto Alegre, v. 86, n 1, p 137-155, jan./abr., 2017.