

Empreendedorismo Social e Cidadania nas Instituições de Ensino Superior – Um Estudo de Caso na Faculdade Integrada do Ceará

Autores:

Denise Pires Basto Costa
Laudemira Silva Rabelo
Samuel Farias Brito
Anny Jacqueline Cysne Rosas

Resumo:

As diversas mudanças sócio-econômicas vêm repercutindo na estabilidade dos empregos. Para lidar com o novo cenário do trabalho o profissional deve saber driblar as dificuldades e fazer delas suas aliadas procurando descobrir habilidades até então escondidas. O empreendedorismo surge como uma ferramenta eficaz para este novo mundo possibilitando a geração de novos empregos e/ou novas formas de gestão empresarial. O empreendedorismo social, por sua vez, se apresenta como uma chave para formar profissionais para o novo mercado de trabalho e, ao mesmo tempo, torná-lo um cidadão participativo. O faz a partir da provocação de uma mudança interior habilitando o aluno a conhecer suas próprias habilidades, antes ignoradas, capacitando-o a provocar as mudanças no externo – seja em corporações, ONGs, na comunidade etc. Embora o tema seja bem atual, poucas são as instituições de ensino superior (IES) que, ao formarem os seus profissionais, fortalecem também a formação com base na cidadania e empreendedorismo social. O artigo aborda o estudo de caso de uma IES em Fortaleza que tem trabalhado em seu planejamento pedagógico novos conceitos de formação de profissionais, e de forma interdisciplinar e transdisciplinar tem trabalhado curricular e extracurricularmente a formação cidadã e o empreendedorismo social.

Palavras chaves: empreendedorismo – ensino superior – interdisciplinaridade - transversalidade

1. Empreendedorismo:

Segundo uma pesquisa (Revista Época, janeiro de 2003), o Brasil é o campeão mundial em “empreendedorismo por necessidade”, onde 55% dos novos empreendedores escolheram ser patrões não por vocação, mas por dificuldades de encontrar trabalho. A existência de indivíduos conhecidos como empreendedores é a condição básica para o surgimento de novos empreendimentos. Estes são os agentes responsáveis pelo desencadeamento e condução do



processo de criação de unidades produtivas, pois através de suas ações inovam e desenvolvem o universo empresarial permitindo, que o fluxo e desenvolvimento da economia seja catalisado.

O termo empreendedorismo é definido, segundo o glossário editado pela ANPROTEC/SEBRAE como sendo a competência associada à criatividade, persistência, de assegurar a realização de objetivos, liderança, iniciativa, flexibilidade, habilidade para conduzir situação e organizar recursos. Jeffrey Timmons (1995) afirma que o empreendedor é uma máquina de geração de oportunidades, por isso ele é tão importante para a sociedade.

O empreendedor deve atender a algumas competências: ser um indivíduo com conhecimento explícito, ter habilidade e experiência naquilo que se propõe a realizar, ter percepção individual e crítica da situação e, saber e entender a rede em que está inserido. Ter sentimento coletivo, saber articular, capacidade de criar, se comunicar e liderar, gerar confiança e saber quebrar paradigma também são necessidades que devem ser satisfeitas pelo empreendedor, para que este saiba, então, lidar com os riscos e desafios futuros. Porém existem correntes distintas a respeito da definição do termo empreendedorismo. Os economistas associam à inovação, enquanto os comportamentalistas tomam como referência os aspectos criativo e intuitivo.

[...] o empreendedor caracteriza-se por ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém algo 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. (FILLION, 1999, p.19 apud VIDAL).

É defendida a idéia de que o empreendedor possui uma visão de futuro para alcançar seus objetivos, e para que essa visão se desenvolva, o empreendedor deve aprender continuamente com o meio.

O empreendedorismo está intimamente ligado ao desenvolvimento econômico, tomando como partida as ações inovadoras (SHUMPETER apud SOUZA, 1997). Levando em consideração que as constantes transformações do meio sócio-econômico derivadas, sobretudo, das inovações tecnológicas e da expansão do mercado mundial repercutem no dinamismo do mercado interno, motivando os empresários a um contínuo processo de adaptação, a fim de assegurarem sua sobrevivência. Assim, os empreendedores são descritos como os inovadores que dirigem o processo “criativo-destrutivo” do capitalismo, ou seja, a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o modelo de produção.

Estes empreendedores seriam os agentes de mudanças na economia, e possuiriam como característica fundamental a liderança, servindo a novos mercados ou criando novos meios para fazer as coisas, impulsionando a economia para a frente (DEES, 1998). Portanto, os papéis centrais desses empreendedores passaram a se fixar em três bases: a inovação, o assumir riscos e a permanente exposição da economia ao estado de desequilíbrio, rompendo-se a cada momento paradigmas que se encontravam estabelecidos.



O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, que é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (SHUMPETER, 1998 apud DEGEN, p.1 apud VIDAL, 2003).

Na visão de Peter Drucker (1998) os empreendedores não causam mudanças, mas exploram as oportunidades que as mudanças criam (na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais etc). Desse modo o empreendedor busca as fontes de inovações e cria oportunidades. Cabe salientar que o sentido de “oportunidades” é o centro de muitas discussões das definições atuais de empreendedorismo, baseadas nas noções de Say (ano), movendo os recursos econômicos para áreas de grande retorno.

As idéias de Say, Shumpeter, Drucker e Stevenson (apud Dees, 1998) tornam-se atrativas porque elas podem ser facilmente aplicadas tanto no setor social como no setor de comércio, quando descrevem uma forma de pensar e um tipo de comportamento que pode se manifestar em qualquer lugar.

O empreendedorismo está associado a uma inovação a qual pode ter sido desenvolvida para novos meios de visualizar velhos problemas (criatividade), ou provocada por novas necessidades ou problemas ou processos complementares aos existentes (mudanças), quando patrocinada por um ou mais investidores individuais (inovado) (BRAZEAL & HERBET:03/06/2004).

O papel desempenhado pelas empresas é fundamental para assegurar o desenvolvimento e a estabilidade da economia da maioria dos países. Porém, muitos estudos realizados sobre esse assunto confirmam que, o sucesso de um empreendimento está relacionado com atributos e comportamentos de seus empreendedores. Nas primeiras etapas do desenvolvimento de uma empresa, a debilidade e o vigor são também os do empreendedor e a personalidade do empreendedor configurará a imagem, os valores e comportamento social dessa empresa.

2. Empreendedorismo x Empreendedorismo Social

O neoliberalismo tem trazido algumas mudanças sociais, principalmente devido à isenção de certas ações, que antes eram do Estado, consideradas básicas, e hoje, cada vez mais cabíveis à população. Esse novo papel, muitas vezes, é tomado pelas ONGs ou pessoas que



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



vivenciam ou participam de tais necessidades nas quais estão inseridas e transformam suas ações em responsabilidade social. Nasce assim o empreendedorismo social; cidadãos que necessitam mais do que uma boa idéia para fazerem transformações sociais.

A inserção de grupos que até então estão excluídos dos benefícios da sociedade requer total conhecimento dos motivos da não inserção, bem como de opções para que quando a inserção ocorra possa ser sustentável.

Os empreendedores sociais têm o papel de agentes de mudanças no setor privado, por adotar uma missão de gerar e manter valor social, não apenas privado; reconhecer e buscar implacavelmente novas oportunidades para servir a tal missão; engajar-se num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo; agir arrojadamente sem se limitar pelos recursos disponíveis e exibir um elevado senso de transparência para com seus parceiros e públicos e pelos resultados gerados” (DEES,1998:4).

Essa responsabilidade tem gerado algumas ramificações devido a grupos e interesses cada vez mais diversificados no que diz respeito a querer inserir em seus objetivos de empresa particular ou até mesmo poder público a responsabilidade social, entretanto, esta responsabilidade seria, no fundo, sempre do indivíduo.

Em adição aos novos empreendimentos sem fins lucrativos, o empreendedorismo social pode incluir empreendedores de negócios de propósitos sociais, tais como bancos de desenvolvimento comunitário com fins de lucros e organizações híbridas, juntando elementos sem fins lucrativos com elementos com fins de lucro, tais como abrigos para sem-tetos que iniciam pequenos negócios para manter e empregar seus residentes.

Do mesmo modo, existem diferenças entre o empreendedorismo social e o empreendedorismo de negócios. Para os empreendedores sociais, a missão social é central e explícita e a riqueza é apenas um meio para um determinado fim enquanto que para os empreendedores de negócios, a geração de riquezas é uma maneira de mensurar a geração de valor (DESS,1998).

O empreendedorismo social surge como uma solução para promover a inserção dos grupos excluídos de uma sociedade com base capitalista, principalmente nas lacunas que o poder público não consegue preencher para suprir as demandas, cada vez mais elevadas. E ao inserir esses grupos na sociedade cada um faz o seu papel de cidadão: de um lado existe a inserção de novos cidadãos e de outro, a reinserção de cidadãos agora participativos e dispostos a gerarem mudanças sociais. Estes cidadãos, por sua vez, gerarão mudanças políticas locais na busca do desenvolvimento. Porém a geração do valor social é bastante difícil de ser mensurado.

Nos diversos níveis de organizações se verifica uma mudança lenta e silenciosa no sentido de gerar cidadania e cidadãos que modificarão a sociedade não a tornando mais justa, mas mais participativa e alerta as novas escolhas que poderão fazer para minimizar as diferenças das classes sociais existentes com qualidade de vida.



3. Preparando os Alunos para o Novo Mercado de Trabalho

Segundo Barbosa e Santos (2001), as relações de emprego sofreram grandes alterações nas últimas décadas. O avanço da tecnologia e a necessidade de as empresas serem cada vez mais competitivas no fenômeno da globalização, aliados à conjuntura sócio-econômica do país, diminuíram vertiginosamente os postos de trabalhos tradicionais.

A educação formal transformou-se numa grande aliada na inserção do trabalhador no mercado de trabalho, onde um diploma de graduação ou de curso técnico era sinônimo de entrada no mercado de trabalho. Porém devido a mudanças políticas e sociais, o mundo, hoje, é das oportunidades, que, devido ao aumento da competitividade, fez se desenvolver o espírito empreendedor que segundo Drucker (1987), o empreendedor é aquele que busca mudanças, reage a elas e vislumbra uma oportunidade, nem sempre vista pelos demais.

A instituição de ensino superior (IES) dentre as funções de formar e colocar os seus alunos no mercado de trabalho, também tem que ter a visão do seu papel no desenvolvimento local da região na qual está inserida. E essa visão deve ser ampla o bastante para ser dado, durante a formação de seu aluno, oportunidades de descobrir maneiras do mesmo se encontrar ou fazer surgir novos rumos de negócios na região.

Segundo Pantzler (2001), não basta a transmissão do conhecimento adquirido no passado. A instituição tem uma função social muito importante de desenvolver novos conhecimentos e aprimorar a prática existente, colaborando para o desenvolvimento da sociedade. A educação para a cultura da solidariedade, por sua vez, não pode ser feita de qualquer maneira, mas deve estar embasada na realidade no planejamento. Este projeto, entretanto, não é neutro:

Parte de um conceito de educação, de cultura e de valores que fundamenta uma determinada maneira de perceber a presença do educador em sua relação com os educandos. Visto que a educação não é um processo nutro de mera transmissão de conhecimentos elaborados por outros, mas um processo de acompanhamento para que aquele que faz parte do processo educativo vá amadurecendo e crescendo como pessoa, a educação de valores é de extrema importância. Todo educador, inconscientemente, está transmitindo valores, portanto, hoje, na educação, é importante ter consciência deste fato. (SEQUEIROS, 2000:105)



Dentro desta perspectiva, é importante que o currículo seja pensado em sua integralidade e que o conteúdo possa ser trabalhado com base nos pilares propostos pela Unesco: saber-fazer-ser conhecer. Um bom currículo teria então o agrupamento de uma sequência de disciplinas visando à formação dos acadêmicos de acordo com o objetivo pretendido no curso, mas também estimularia a prática dentro da própria instituição como forma de preparar o aluno para os desafios do novo mercado de trabalho de forma mais exigente e socialmente responsável.

4. Metodologia

Quanto ao tipo de pesquisa, o presente trabalho caracteriza-se por uma pesquisa descritiva exploratória, que para Mattar (1998), é extremamente variável, segundo as necessidades.

Esse estudo é predominantemente exploratório, uma vez que, como colocado no problema de pesquisa apresentado anteriormente, se busca uma compreensão da natureza geral do problema/ situação. Como o propósito básico é a busca de informações sobre o comportamento do caso específico, faz-se necessário escolher um método que forneça idéias e sinais de como esse processo permeia atualmente a instituição a ser estudada. Assim, o Estudo de Caso será conduzido em uma Instituição de Ensino Superior, localizada na cidade de Fortaleza, estado do Ceará, denominada Faculdade Integrada do Ceará. O termo estudo de caso:

Vem de uma tradição da pesquisa médica e psicológica, na qual se refere a uma análise detalhada de um caso individual que explica a dinâmica e a patologia de uma doença. Adaptado da tradição médica, o Estudo de Caso tornou-se uma das principais modalidades de pesquisa qualitativa em ciências sociais”. (GOLDENBERG,1987:33).

A coleta dos dados deu-se através da aplicação de questionários a alunos coordenadores de projeto e professores tutores, com perguntas estruturadas e semi-abertas.

5. O Estímulo ao Empreendedorismo Social – O Caso da Faculdade Integrada do Ceará

A Faculdade Integrada do Ceará – FIC foi fundada em 1998 com a missão de “promover a educação superior em todas as modalidades formando profissionais capazes de contribuir



para o desenvolvimento da região e do país, buscando sempre a melhoria do ensino, a viabilidade financeira e a satisfação dos seus alunos”. Localizada na cidade de Fortaleza, a instituição surge com a proposta de inovação e conexão com a sociedade.

Com o objetivo de possibilitar a prática do aluno e integrar teoria e prática, é criado em 2000 o Programa de Treinamento Profissional – PTP, tendo como principal foco a necessidade de profissionalização de seus alunos. Em 2001 surge, dentro do PTP, o voluntariado como uma das modalidades propiciadoras desta prática. Em seu primeiro ano o voluntariado contou com a inscrição de mais de 700 alunos, ligados a atividades sociais de caráter filantrópico tais como: campanhas de arrecadação de livros, alimentos, doação de sangue, etc. Apesar de envolver muitos alunos a ação era mais emergencial e desenvolvida em campanhas pontuais. Além disso, diversos alunos eram encaminhados a entidades sem fins lucrativos conveniadas a faculdade, mas não havia como se manter uma supervisão adequada do trabalho desenvolvido e por vezes não se sabia mais se o aluno estava ou não engajado na entidade.

A visita da ONG Comunidade Empreendedores de Sonhos, em dezembro de 2002, com a proposta de implementar um projeto de empreendedorismo social veio ao encontro da vontade da instituição de sistematizar as ações desenvolvidas. Surge, então, o I Prêmio FIC Empreendedor Social. O prêmio visa despertar e oportunizar que idéias inovadoras e de impacto social de alunos da FIC sejam desenvolvidas e implantadas, agraciando os três melhores projetos desenvolvidos e implementados através do voluntariado de alunos da FIC.

Em sua primeira edição, 12 projetos foram selecionados para concorrer ao prêmio. O êxito inicial do desenvolvimento dos projetos possibilitou a implementação do Programa de Responsabilidade Social em agosto de 2003. Hoje, o voluntariado da FIC possui toda uma estruturação bem definida e conta na segunda edição do Prêmio com 23 projetos selecionados.

5.1. Metodologia do Prêmio FIC Empreendedor Social

Alunos de todos os cursos de graduação podem desenvolver projetos e submetê-los a aceitação juntamente à Coordenação de Responsabilidade Social da instituição. Estes projetos devem ter como foco o trabalho social voluntário e a duração de sete meses. Os projetos selecionados recebem como coordenador do projeto o próprio aluno, autor do projeto, que terá a ajuda de um professor, denominado Professor-Tutor. O papel do Professor-Tutor é o de orientar o aluno Coordenador do Projeto, com a orientação de evitar impor ou sugerir as tomadas de decisões que deverão ser feitas pelo aluno-coordenador.

Para desenvolver o projeto o aluno necessita aliar conteúdos da graduação a prática de ação visando não somente o objetivo final, mas principalmente a sustentabilidade do mesmo. O aluno-coordenador também deverá buscar voluntários – alunos graduandos da instituição, que estejam interessados na prática de responsabilidade social e estabelecer parcerias com empresas e entidades para viabilizar o financiamento do projeto.

Os projetos seguem uma orientação de sistematização e configuram uma rede de trabalho:

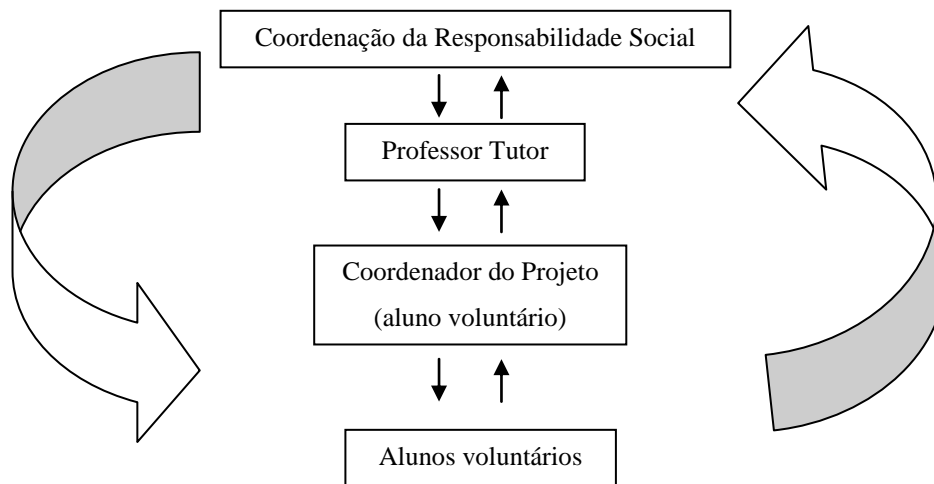


Figura 1: Rede de gestão do Prêmio FIC Empreendedor Social

Esta rede, entretanto, não se configura de maneira a priorizar a hierarquia, mas possibilita ao aluno coordenador de projeto a tomar decisões e redefinir ações, mantendo o compromisso com metas e objetivos propostos e aprovados.

Não existe nenhuma forma de remuneração no trabalho desenvolvido, tanto pelo aluno-coordenador como pelos voluntários. Ao ter seu projeto aprovado, o Aluno-Coordenador assina um termo de compromisso do trabalho voluntário, que segundo as Nações Unidas caracteriza-se pela seguinte definição:

O voluntário é o jovem ou adulto que, devido a seu interesse pessoal e do seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração alguma, a diversas formas de atividades, organizadas ou não de bem-estar social ou outros campos. (DOMENEGHETTI, 2002: 27).

Entretanto, no Programa de Responsabilidade Social existem recompensas que visam estimular a motivação dos alunos participantes dos projetos. O Aluno-Coordenador de projeto recebe uma pontuação denominada RAC (relatório de acompanhamento de atividade) que irá contribuir para a pontuação de atividade complementar total exigida em cada curso que é de 72 pontos. Os alunos mobilizados para participar como voluntários dos projetos recebem até 18 RAC's de acordo com pontuação indicada pelo aluno coordenador.

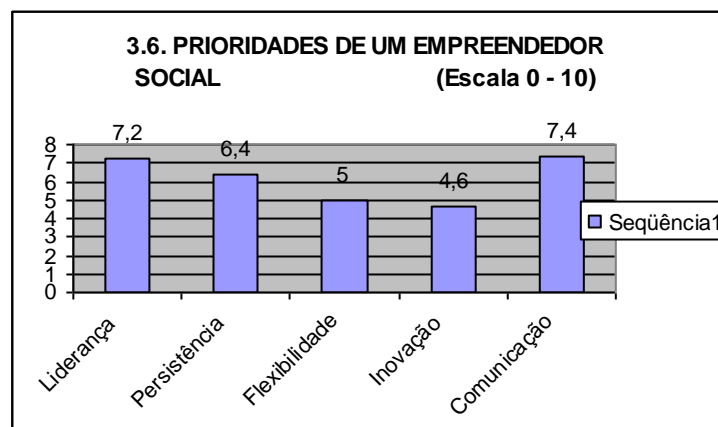
Um outro ponto importante é a capacitação dos gestores de projetos e o acompanhamento e avaliação dos mesmos. Através de parceria firmada com a Comunidade Empreendedores de Sonhos os projetos são avaliados mensalmente segundo critérios

apresentados no curso de capacitação de Gestores de Projetos Sociais, do qual todos os Alunos-Coordenadores devem participar.

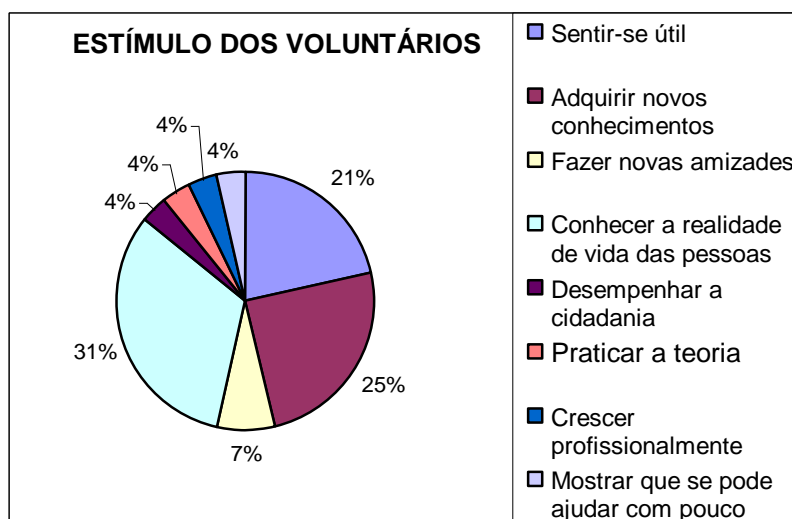
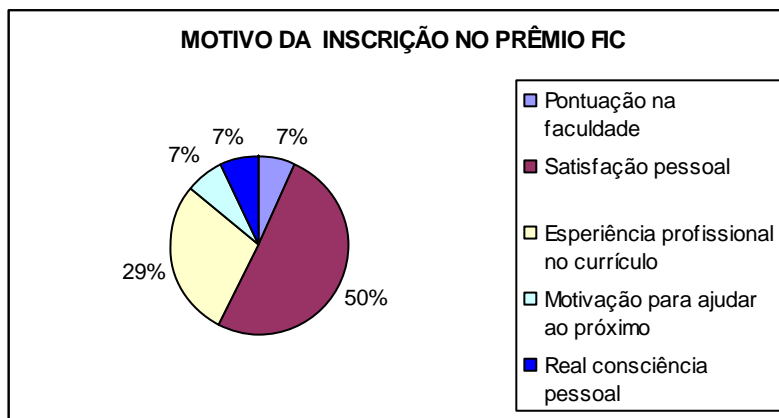
6. Análise dos dados

Os onze alunos entrevistados representam cinquenta por cento dos Alunos-coordenadores de projetos inscritos na edição 2004 do Prêmio FIC Empreendedor Social. Situam-se predominantemente na faixa etária de 18 a 25 anos (08 respondentes) e são solteiros (10 respondentes). Oito dos alunos coordenadores exercem uma atividade profissional remunerada além do projeto. Quanto ao semestre que estão cursando, os entrevistados encontram-se entre o terceiro e sexto semestre.

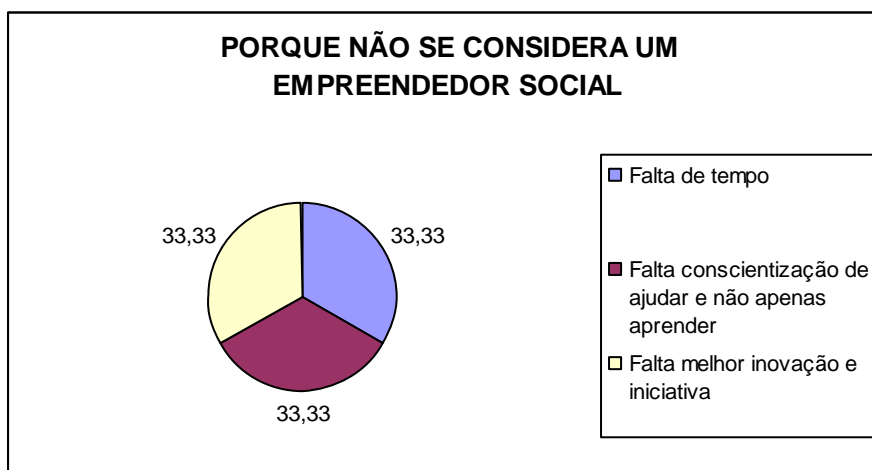
Embora 72,72% dos Alunos-coordenadores esteja a três meses em seus projetos, 63,66% dos entrevistados se consideram empreendedores sociais, onde dos 27,26% que não se consideram, acreditam faltar tempo, conscientização nos projetos, inovação e iniciativa. As tarefas, nos projetos, são para 81,82% desafiadoras tendo como principal dificuldade para a sustentabilidade de seus projetos a busca de patrocínios. Dentre as prioridades de um empreendedor social liderança e comunicação foram destacadas como máximas, seguidas da persistência.



A maioria dos alunos coordenadores motivou-se para a inscrição no Prêmio Empreendedor Social – FIC por satisfação pessoal. Quando questionados sobre o que motivaria seus voluntários a permanecerem no projeto, elencaram que os seus voluntários motivam-se por querer conhecer a realidade de vida das pessoas, em primeiro lugar.



Aproximadamente 64% responderam que se consideram um empreendedor social, visto que a liderança e a persistência (características de um empreendedor social) são utilizadas em primeiro lugar. Dentre os que relataram não se considerar um empreendedor social, as justificativas foram as seguintes:

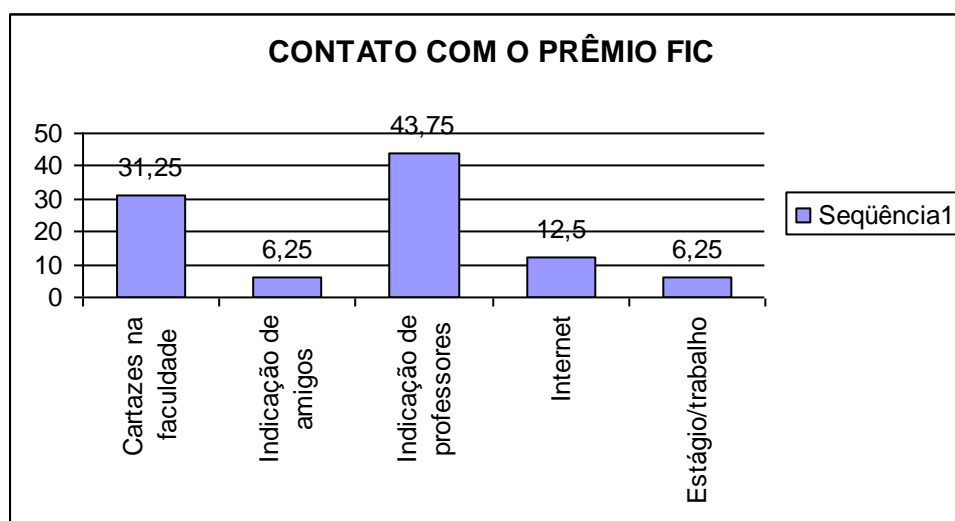




Quanto aos professores tutores (foram entrevistados sete dos dezesseis tutores), 71% dos entrevistados (cinco) estão na faixa etária de 26 a 35 anos, e 71% são casados. Tendo quatro com titulação de mestres, e dois estão cursando o mestrado.

Para os tutores as dificuldades para a sustentabilidade do projeto estão divididas em duas, que é a dificuldade de patrocinadores e limitação do público alvo. Apontam como característica principal utilizada na execução do projeto, a mesma indicada pelos coordenadores, que é a liderança.

Quanto à maneira como o Aluno-Coordenador ficou sabendo do Prêmio, as respostas concentram-se primordialmente entre cartazes na faculdade e informação dos professores.



7. Considerações finais

Após análises dos dados coletados com a aplicação do questionário, foi possível constatar que o perfil do empreendedor social da FIC está, em sua maioria, nos semestres iniciais e, apesar de possuírem serviços remunerados, são engajados nos projetos. Podemos concluir que o fator recompensa com base em alguma espécie de remuneração não é objetivo desses alunos. A experiência adquirida tem maior valor pois tem base na satisfação pessoal.

No que concerne à dificuldade de sustentabilidade do projeto, os dois grupos de entrevistados foram bem homogêneos no maior obstáculo para a continuidade dos projetos. Na percepção de ambos os entrevistados, coordenadores e professores orientadores, os principais problemas estão relacionados às dificuldades de conseguir patrocinadores. Entretanto este ponto não parece desestimular alunos e professores, mas constitui-se em um

desafio a mais a ser vencido. A falta de voluntários e problemas de gestão, como elaboração de estratégias e delimitação do público-alvo são outros empecilhos para a sustentabilidade dos projetos.

Estes empecilhos se apresentam como obstáculos reais que o aluno poderá enfrentar no mercado de trabalho-emprego. Buscar soluções para contorná-los poderá ser um ótimo exercício de desenvolvimento de habilidades de persuasão e negociação. Esse “laboratório empresarial” tem tido bastante repercussão com os alunos que participam, pois as ações, idéias e estratégias partem do aluno e a orientação do tutor limita-se a oferecer direcionamento a estas ações, permitindo assim que o aluno vivencie todas as dificuldades de um empreendedor.

A motivação se baseia fundamentalmente na vontade de fazer. Essa vontade de fazer é uma das características apontadas na literatura como essenciais para o empreendedor. No empreendedorismo social essa vontade de fazer aparece de uma maneira muito forte, principalmente pela necessidade de fazer mudanças, fazer acontecer e para isso é importante acreditar na causa que está se propondo a fazer – a idéia deve ser sedutora para que o aluno queira “vestir a camisa” da mesma.

Retomando a análise das características e habilidades necessárias, variáveis sociais como escolaridade e idade citadas na literatura como importantes para o processo empreendedor, não foram percebidas pelos entrevistados como preponderantes para determinar a sobrevivência do negócio, ou seja, a sustentabilidade do projeto.

Constatou-se, que, tanto para os alunos que coordenam os projetos como para os professores orientadores, a comunicação e a liderança são as características que devem ser mais trabalhadas para se conseguir alcançar a sustentabilidade do projeto, vindo logo em seguida a persistência. O engajamento no Prêmio se dá em grande parte pela propaganda em sala realizada pelo professor-tutor, evidenciando a necessidade de diálogo professor-aluno extra-classe. Uma vez que o engajamento é espontâneo tanto para professor quanto para aluno (ambos são voluntários), este diálogo e disposição de ambas as partes é fundamental para o surgimento de projetos. Interessante observar que diversos cartazes são fixados por todas as unidades da instituição de ensino, porém a palavra do professor gera uma enorme credibilidade para o aluno, que se sente estimulado. Já os professores-tutores, que também, são voluntários, se motivam em poder compartilhar as idéias inovadoras de seus alunos nos projetos criados pelos mesmos.

Observa-se que tanto para professores como para alunos o Prêmio FIC Empreendedor Social parece trabalhar as características necessárias ao desenvolvimento de uma atitude empreendedora entre os alunos, na medida em que lança desafios e permite a prática na academia de conceitos e técnicas aprendidas.

Referências:

BARBOSA, Jenny D.; SANTOS, Rosinadja B. **Ensino de Empreendedorismo: uma alternativa para a formação do administrado.** In: XII Enangrad, 8, 2001, Florianópolis. Anais eletrônico. Florianópolis, 2001.



BRAZEAL, Deborah V. & HERBET, Theodore T. **A Gênese do Empreendedorismo: Mudança, Inovação e Criatividade.** Disponível em <www.uesb.br/sheng/2.pdf>. Acesso em 03 jun. 2004.

DEES, Gregory J. **O Significado de Empreendedorismo Social SOCIAL.** <<http://www.academiasocial.org.br>> Acesso em: 02 jun. 2004.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor.** São Paulo, Livraria Pioneira. Editora, 1986.

DOMENEGHETTI, Ana Maria. **Definição, Tipificação e Implantação do Setor de Voluntários.** In: PEREZ, Clotilde e JUNQUEIRA, Luciano P. (organizadores). *Voluntariado e a gestão de políticas sociais.* São Paulo: Futura, 2002, pp. 327.

PANTZIER, Rolf D. **Formação Empreendedora no Ensino de Graduação em Administração – um estudo de caso.** In: XII Enangrad, 8, 2001, Florianópolis. Anais eletrônico. Florianópolis, 2001.

SEQUEIROS, Leandro. **Educar para a Solidariedade: projeto didático para uma nova cultura de relação entre os povos.** Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento Econômico.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

VIDAL, Francisco. **Empreendedorismo Social e Economia Social e Economia Solidária: um estudo de caso da rede DLIS de uma comunidade na cidade de Fortaleza.** Anais CLADEA - Congresso Latino Americano de Administração, 2003.