



Febrero 2018 - ISSN: 1696-8360



EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR À LUZ DO EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL

**Cristiane Krüger
Italo Fernando Minello**

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Cristiane Krüger e Italo Fernando Minello (2018): “Educação empreendedora: comportamento empreendedor à luz do empreendedorismo institucional”, Revista Contribuciones a la Economía (enero-marzo 2018).

En línea: <http://eumed.net/ce/2018/1/empreendedorismo-institucional.html>

Resumo

No presente ensaio objetivou-se analisar, com base na teoria institucional, no empreendedorismo institucional, implicações para o desenvolvimento do comportamento empreendedor em instituições de ensino superior, diante da educação empreendedora. Como resultado da reflexão realizada verificou-se três implicações do empreendedorismo institucional para o desenvolvimento do comportamento empreendedor, tendo em vista a ideia de universidade empreendedora, sendo: o ambiente para promoção do empreendedorismo institucional, práticas de educação empreendedora, e, a consciência do indivíduo para o desenvolvimento do comportamento empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Teoria institucional, Ensaio teórico.

EDUCACIÓN EMPRENDEDORA: COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR A LA LUZ DEL EMPRENDEDORISMO INSTITUCIONAL

Resumen

En el presente ensayo se objetivó analizar, con base en la teoría institucional, en el emprendedorismo institucional, implicaciones para el desarrollo del comportamiento emprendedor en instituciones de enseñanza superior, ante la educación emprendedora. Como resultado de la reflexión realizada se verificaron tres implicaciones del emprendedorismo institucional para el desarrollo del comportamiento emprendedor, teniendo en vista la idea de universidad emprendedora, siendo: el ambiente para la promoción del emprendedorismo institucional, prácticas de educación emprendedora, y la conciencia del individuo para el desarrollo del comportamiento emprendedor.

Palabras clave: Emprendedor, Teoría institucional, Ensayo teórico.

ENTREPRENEURIAL EDUCATION: ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR IN THE LIGHT OF INSTITUTIONAL ENTREPRENEURSHIP

Abstract

In the present essay the objective was to analyze, based on institutional theory, institutional entrepreneurship, implications for the development of entrepreneurial behavior in higher education institutions, in the face of entrepreneurial education. As a result of the reflection carried out, there were three implications of institutional entrepreneurship for the development of entrepreneurial behavior, considering the idea of entrepreneurial university, being: the environment for the promotion of institutional entrepreneurship, entrepreneurial education practices, and the individual's conscience for the development of entrepreneurial behavior.

Key words: Entrepreneurship, Institutional theory, Theoretical essay.

1. INTRODUÇÃO

O institucionalismo é considerado um processo restrito aos modos como se dá a conformidade da organização às normas legitimadas, socialmente aceitas, ou seja, obediência da organização às pressões institucionais. O nível de análise da pesquisa institucional é o campo organizacional entendido como um conjunto de organizações, uma área da vida institucional (POWELL, 2007). Seja devido à dominação, poder, estrutura, função, rede, etc. o campo organizacional representa condicionamento e continuidade. Já o empreendedorismo institucional rompe com esta lógica, visto que promove inovação no campo, alterando condicionamento e continuidade fixados.

Neste cenário emerge a teoria comportamentalista, em que o comportamento empreendedor é atrelado a diferentes características comportamentais que permitem converter em ação a vontade do indivíduo empreendedor. Considera-se no presente estudo que o comportamento empreendedor pode ser desenvolvido e a partir dessa assertiva defende-se a ideia de incluir no ensino a educação empreendedora. Diante da amplitude da educação empreendedora, para o presente ensaio ressaltam-se as instituições de ensino superior, contemplando a universidade empreendedora.

No presente ensaio se pretende analisar, com base na teoria institucional, especificamente, o empreendedorismo institucional, implicações para o desenvolvimento do comportamento empreendedor em instituições de ensino superior, diante da educação empreendedora. Deste modo, o embate epistemológico se dá entre o institucionalismo e o comportamentalismo. Esclarece-se, no entanto, que neste texto direciona-se no sentido de analisar reflexivamente as controvérsias e potencialidades do comportamento empreendedor e do empreendedorismo institucional, em prol de uma educação empreendedora e contribuindo ainda para completude da universidade empreendedora.

Inicialmente apresenta-se brevemente a teoria institucional, seguida da conceituação dos campos organizacionais e empreendedorismo institucional, ambos são necessários para compreensão da respectiva teoria. Em seguida demonstra-se o constructo comportamento empreendedor e dentro deste as características comportamentais empreendedoras. Por fim, realiza-se uma análise reflexiva quanto às implicações decorrentes das escolhas teóricas adotadas diante da educação empreendedora, especialmente, a universidade empreendedora.

2. TEORIA INSTITUCIONAL

O marco inicial da teoria institucional se deu com Meyer e Rowan (1977), os autores pontuam no respectivo estudo que as estruturas organizacionais são reflexos de regras institucionais, ou seja, as organizações são estruturadas conforme as características de seu ambiente e tendem a se tornar isomórficas com ele. Nesse sentido Meyer e Rowan (1977) rompem com as teorias até então difundidas, ao considerarem que as estruturas formais refletem os mitos dos ambientes institucionais ao invés das demandas de suas atividades de trabalho. Nessa perspectiva as organizações produtivas (controle e eficiência) estão em uma extremidade e as organizações institucionalizadas

(confiança e isomorfismo) em outra, infere-se que as estruturas formais que buscam eficiência diferem das estruturas que promovem os mitos institucionalizados. Para os autores as organizações refletem a realidade construída socialmente e o “*institutional isomorphism promotes the success and survival of organizations*” (MEYER; ROWAN, 1977, p. 349).

A teoria institucional foi impulsionada a partir do estudo de DiMaggio e Powel (1983), os autores reafirmaram o conceito de isomorfismo de Meyer e Rowan (1977): quanto maior a organização, mais semelhantes tendem a ser os campos organizacionais desenvolvidos, a partir de certo ponto, no entanto, as mudanças e os efeitos destas serão a diminuição da diversidade no campo organizacional (homogeneidade). Para DiMaggio e Powell (1983) as organizações passam a ter características organizacionais semelhantes sem necessariamente serem mais eficientes. Por meio da lógica da Teoria Institucional de Meyer e Rowan (1977) as organizações são levadas a incorporar as práticas e procedimentos que predominam no ambiente em que estão inseridas. Essa mudança isomórfica, para DiMaggio e Powell (1983), se dá por processos coercitivos, miméticos e normativos. Os processos coercitivos envolvem pressões políticas e a força do Estado, fornecendo supervisão e controle regulatório, os normativos decorrem da influência das profissões e do papel da educação, e, os processos miméticos recorrem a respostas habituais, dadas por certo, às circunstâncias de incerteza.

Scott (2008) define diferentes tipos, denominados regulativos, normativos e cognitivo-culturais. Scott (2008) relata que DiMaggio (1988) realizou um reexame de seu ensaio quanto ao interesse e agência na teoria institucional, essa alteração ocorreu, segundo Scott, devido ao amadurecimento da respectiva teoria o que é perfeitamente compreensível, tendo em vista que a teoria até então era recente e não estática, possibilitando aos estudiosos revê-la sempre que considerassem pertinente.

Críticas foram auferidas à teoria institucional, dentre elas destaca-se a necessidade de maior desenvolvimento teórico, a falta de consenso quanto a formulação de uma metodologia respectiva, a incerteza dos determinantes das variações nos níveis de institucionalização e de como essa variação pode afetar o grau de similaridade entre conjuntos de organizações, a ambiguidade da definição de institucionalizado que contradiz a afirmação de que as estruturas institucionais são capazes de serem desvinculadas do comportamento (TOLBERT; ZUCKER, 1999), e da ausência de evidências para argumentos convencionais amplamente aceitos (SCOTT, 2008).

Apesar das diferentes críticas, para Scott (2008), os estudiosos começaram a reconhecer que as regras, normas e sistemas de crenças sustentam todos os sistemas sociais estáveis, incluindo os sistemas econômicos. De tal modo, infere-se que a teoria institucional está por toda parte, se firmou como uma teoria organizacional legítima. A força institucional, para Meyer e Rowan (1977), instaura as organizações como dominantes na sociedade, mas isso só ocorre de fato porque há quem legitime essa dominação, para Scott (2008, p. 429) “todos apoiam e sustentam comportamentos estáveis”. Nesse sentido, a institucionalização é um produto dos esforços políticos dos atores para realizar seus fins (DIMAGGIO; POWELL, 1983). O sucesso das instituições e a forma de atuação dependem do poder dos atores que apoiam ou se opõem à influência das mesmas. Embora os elementos institucionais sejam simbólicos eles são carregados de interesse na medida em que fornecem

normas, regras e um esquema cognitivo que limitam e capacitam o comportamento social (SCOTT, 2008). Nesse sentido, as instituições exercem força sobre a sociedade e a sociedade exerce força sobre as instituições. As práticas e estruturas organizacionais são reflexos ou respostas à regras, crenças e convenções construídas dentro do ambiente mais amplo (POWELL, 2007).

O nível de análise na pesquisa institucional é o campo organizacional (POWELL, 2007; GREENWOOD; SUDDABY; HININGS, 2002), por conseguinte, são apresentadas e discutidas definições para campos organizacionais.

2.1. CAMPOS ORGANIZACIONAIS

Campos organizacionais recebem diferentes conceitos, podem ser definidos como “conjuntos de organizações que, no agregado, constituem uma área de vida institucional, fornecedores-chave, consumidores de recursos e produtos, agências reguladoras e outras organizações que produzem serviços ou produtos similares.” (DIMAGGIO; POWELL, 1983, p. 148-149). Estes autores basearam-se na concepção de campo de Bourdieu, em que, todo campo “é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2004, p. 22-23). Já, para Greenwood, Suddaby e Hinings, (2002), os campos organizacionais são considerados sinônimos de estabilidade. No entanto, na teoria institucional não se é cego à mudança, pelo contrário, essa possibilidade é o que perturba a estabilidade construída no campo, introduzindo novas ideias e oportunizando possibilidade de mudança.

Partindo-se do conceito de campo de DiMaggio e Powell (1983) e reconhecendo a multiplicidade do tema, Machado-da-Silva, Guarido Filho e Rossoni (2006) desenvolveram o Quadro 1 contendo seis diferentes leituras e perspectivas de estruturação.

Quadro 1 – Perspectivas teóricas sobre campos organizacionais

PERSPECTIVA TEÓRICA	AUTORES	ELEMENTOS-CHAVE	DESCRIÇÃO
Campo como totalidade dos atores relevantes	DiMaggio; Powell.	Significação e Relacionamento	Conjunto de organizações que compartilham sistemas de significados comuns e que interagem mais frequentemente entre si que com atores de fora do campo, constituindo, assim, uma área reconhecida da vida institucional.
Campo como arena funcionalmente específica	Scott; Meyer.	Função Social	Conjunto de organizações similares e diferentes, porém interdependentes, operando numa arena funcionalmente específica, compreendida técnica e institucionalmente, em associação com seus parceiros de troca, fontes de financiamento e reguladores.
Campo como centro de diálogo e de discussão	Hoffman; Zietsma; Winn.	Debate por Interesse Temático	Conjunto de organizações, muitas vezes com propósitos díspares, que se reconhecem como participantes de um mesmo debate acerca de temáticas específicas, além daquelas preocupadas com a reprodução de práticas ou de arranjos institucionais relacionados à questão.

Campo como arena de poder e de conflito	Vieira; Carvalho; Misoczky.	Dominação e Poder de Posição	Campo como resultado da disputa por sua dominação, numa dinâmica pautada pela (re)alocação de recursos de poder dos atores e pela sua posição relativa a outros atores.
Campo como esfera institucional de interesses em disputa	Fligstein; Swedberg; Jepperson.	Poder e Estruturas Cognitivas	Construções produzidas por organizações detentoras de poder que influenciam as regras de interação e de dependência do campo em função de seus interesses que, por sua vez, são reflexos da posição delas na estrutura social.
Campo como rede estruturada de relacionamentos	Powell; White; Owen-Smith.	Articulação Estrutural	Conjunto formado por redes de relacionamentos usualmente integradas e entrelaçadas que emergem como ambientes estruturados e estruturantes para organizações e indivíduos, revelados a partir de estudos topológicos e de coesão estrutural.

Fonte: Machado-da-Silva, Guarido Filho e Rossoni (2006, p. 162).

Inicialmente o campo é tido como a totalidade dos atores relevantes (DIMAGGIO; POWELL, 1983), descrito por Scott (1994) como uma comunidade de organizações que compartilham significados comuns e cujos participantes interagem mais entre eles do que com atores de fora do campo. No campo o isomorfismo predomina, decorre da interação entre as organizações que ocasiona estruturas de dominação e alianças interorganizacionais.

Considerando campos organizacionais como a totalidade dos atores relevantes gera-se uma problemática, a definição dos limites do campo. A fronteira é inerente ao conceito de campo, tendo em vista que campo resgata a ideia de terreno, local ou zona. Essa dificuldade levou os pesquisadores Scott e Meyer a optarem pela análise das organizações por meio de suas funções, ou seja, das mesmas funções (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2006). Essa opção demarca os limites do campo, tornando a pesquisa possível. A definição se daria não geograficamente, mas funcionalmente. Um campo organizacional funcional é um conjunto de “*defined as a collection of both similar and dissimilar interdependent organizations operating in a functionally specific arena together with their exchange partners, funding sources, and regulators*” (SCOTT, 2004, p. 9).

Outra perspectiva teórica para campos organizacionais (Quadro 1) foi atribuída à Hoffman, que considera que um campo não é formado em torno de tecnologias ou indústrias comuns, mas em torno de questões que reúnem vários componentes do campo com propósitos diferentes. Para o autor “*a field is the center of common channels of dialogue and discussion*” (HOFFMAN, 1999, p. 352). O campo, então, é resultado da negociação de diferentes interesses. Essa perspectiva, para Machado-da-Silva; Guarido Filho e Rossoni (2006), possibilita a análise dinâmica e longitudinal do campo.

Campo como arena de poder e de conflito (Quadro 1) baseia-se em Bourdieu, Everett (2002, p. 60) afirma que, “quando se trata de pensar em termos de campo, alguém se concentra no poder, na dominação e na classe”, tornando o campo de Bourdieu um pouco diferente da noção de campo que aparece na teoria da organização (isto é, institucional). Nesta perspectiva o campo é resultado da disputa pelo domínio das organizações. A mudança ocorre quando os arranjos de poder modificam

funções, o poder é tido como elemento causal para a formação do campo organizacional e o campo é, estruturalmente, dependente deste elemento (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2006).

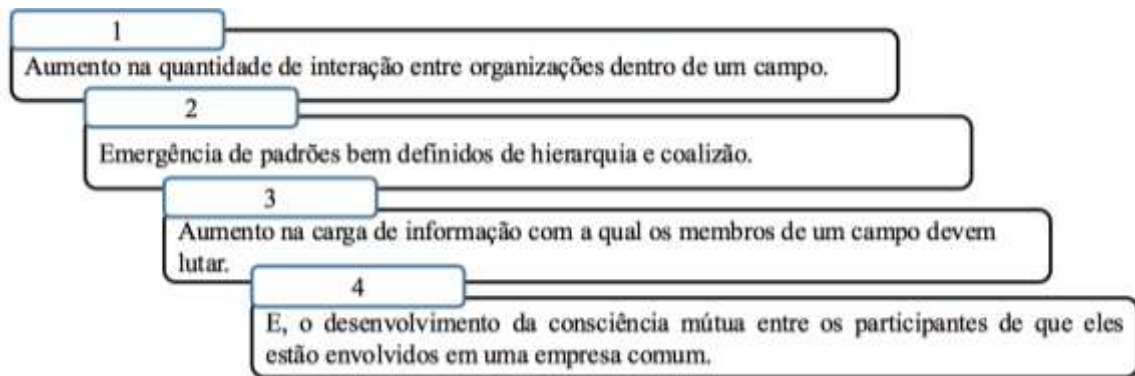
Outra perspectiva que atribui relevância à definição de campo de Bourdieu é o campo como esfera institucional de interesses em disputa (Quadro 1). Machado-da-Silva; Guarido Filho e Rossoni (2006, p. 166) classificam esta perspectiva como uma categoria distinta porque a mesma sugere “atenção a aspectos mais ativos dos atores, isto é, suas capacidades e ações criativas associadas à atuação deles sobre a ordem institucional em busca de seus interesses”. Nesta perspectiva um dos autores selecionados é Fligstein (2001, p. 108), para o autor *“The central agreement across new institutional theories focuses on the concept of local social orders, which can be labeled “fields”*”, logo, campo tem a ver com a forma como as ordens locais são estabelecidas, mantidas ou transformadas (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2006). Neste cenário, imbuído de poder, a posição ocupada pelos atores influencia seus propósitos e interesses. Atores em posição privilegiada no campo, ditos dominantes, tem possibilidade de influenciar as regras nas quais o campo é estruturado. A mudança institucional, nesta perspectiva, acarretaria aos interesses dos atores dominantes.

A última perspectiva de campo organizacional prediz a ideia de que as organizações não possuem simplesmente relações de troca, mas contemplam uma rede em que são possíveis e delimitadas suas possibilidades (Quadro 1). Para esta, foram selecionados os autores Powell et al. (2005), o campo organizacional é representado por meio de redes de relacionamento. Para estes autores a ligação entre as redes e as estruturas dos campos é necessária para compreensão da influência de uma organização sobre outra, como verifica-se no respectivo trecho: *“This linkage between network dynamics and the evolving structure of fields needs to be made in order to make progress in explaining how the behavior of actors or organizations of one kind influence the actions of organizations of another kind.”* (POWELL et al. 2005, p. 1134). Além de entender a influência da estrutura, do campo e dos atores envolvidos.

Outra definição para campo é atribuída aos autores Leca, Batillana e Boxenbaum (2008) que conceituam campo como um espaço social em que uma comunidade de organizações, que se relacionam e defendem seus próprios interesses, compartilham objetivos comuns. Além do pressuposto de campo baseado em Bourdieu, em Giddens (2003) considera-se a noção de estruturação em que a homogeneização é resultado da estrutura do campo organizacional.

A partir dos conceitos apresentados, corroborando ao estudo realizado por Machado-da-Silva; Guarido Filho e Rossoni (2006), verifica-se distintas e singulares definições para campos organizacionais. Para DiMaggio e Powell (1983) isso ocorre devido aos diferentes entendimentos sobre o tema, além de preferências teóricas e particularidades analíticas. Em 2007, para complementar a compreensão de campo, Powell apresentou um processo pelo qual um campo vem a ser organizado. O processo consiste em quatro etapas e consta na Figura 1.

Figura 1 – Processo de organização de um campo organizacional



Fonte: elaborado com base em Powell (2007).

O processo de Powell (2007) denota a possibilidade de combinações entre diversos elementos além da continuidade ao longo do tempo. O campo então, na teoria institucional, representa um processo de condicionamento. Nesta teoria predomina a conformidade ao já aceito, as organizações se moldam (estrutura e ação) no formato do contexto institucional, visando legitimação. Neste cenário surge o empreendedorismo institucional.

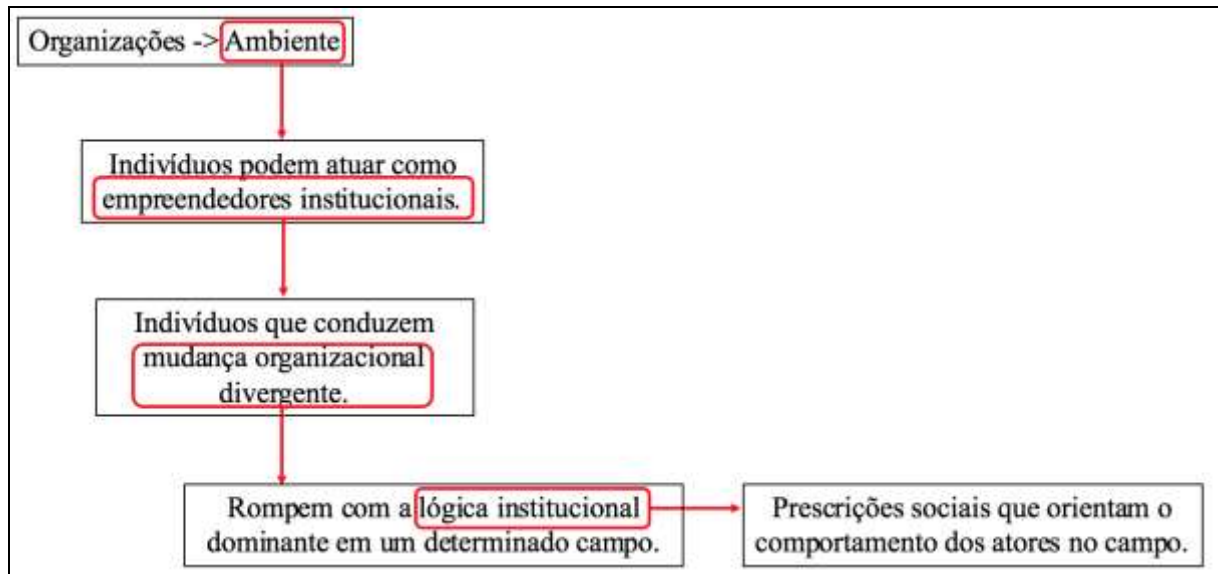
2.2. EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL

O Institucionalismo foi criticado por dar ênfase ao conformismo e continuidade, devido ao foco nos fatores que induzem as organizações a se tornarem iguais (isomorfismo). Uma resposta a essa crítica foi a criação da noção de empreendedor institucional. O conceito empreendedorismo institucional foi introduzido por Eisenstadt (1980), desenvolvido mais tarde por DiMaggio (1988, p. 14) em que, “*New institutions arise when organized actors with sufficient resources (institutional entrepreneurs) see in them an opportunity to realize interests that they value highly*”, ou seja, os empreendedores institucionais são aqueles que promovem inovações no campo, alterando arranjos institucionais fixados, introduzindo novas práticas e novos sentidos para a ação (MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004). O conceito de empreendedorismo institucional enfoca a atenção nas lutas e a maneira pela qual os atores interessados influenciam em seus contextos institucionais.

Tal conceito, para Fligstein (2007), está alinhado com a tentativa de definir o papel independente e proativo dos atores nos processos de mudanças, visto que empreendedores institucionais são capazes de envolver diversos grupos na (trans)formação de um campo e na determinação de sua estabilidade. O empreendedorismo institucional é considerado uma forma promissora de dar conta da mudança institucional de forma endógena (BATTILANA, 2006), ou seja, de dentro para fora. Na

Figura 2 consta a lógica do Empreendedorismo Institucional para a Battilana (2006).

Figura 2 – Empreendedorismo Institucional



Fonte: desenvolvido com base em Battilana (2006).

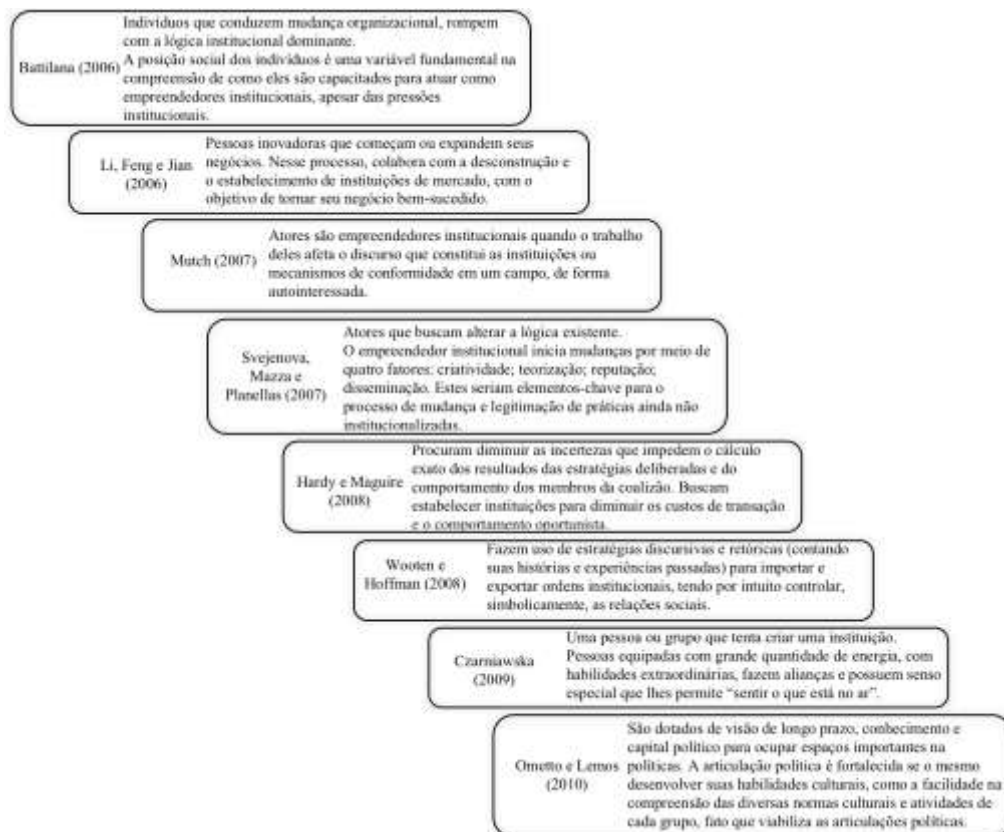
Diante da sistemática da

Figura 2, Battilana (2006) investigou em que condições os indivíduos são mais propensos a se engajar no empreendedorismo institucional, como a posição social dos indivíduos afeta a possibilidade de que eles conduzam mudanças organizacionais divergentes, ou seja, mudanças que rompem com a lógica institucional dominante no campo. Para atender ao pressuposto a autora se baseou na conceituação de campo de Bourdieu, enfatizando porque a posição social dos indivíduos deve ser considerada para explicar o empreendedorismo institucional.

Para Battilana (2006), todos os indivíduos não são igualmente susceptíveis de conduzir mudanças organizacionais divergentes (isto é, de agir como empreendedores institucionais), mesmo quando estão no mesmo ambiente, isso ocorre porque a probabilidade de que estes indivíduos atuem como empreendedores institucionais é em função da sua vontade de agir como tal e da sua capacidade de fazê-lo (comportamental). A vontade de agir e a capacidade de fazer variam de indivíduo para indivíduo, o que significa que para atuar como empreendedores institucionais os indivíduos devem ter interesse em fazer e devem ter recursos suficientes para fazê-lo, conforme mencionado por DiMaggio (1988).

Diante do apresentado desenvolveu-se a Figura 3 em que são demonstrados conceitos para os empreendedores institucionais.

Figura 3 - Empreendedores Institucionais



Fonte: elaborado pelo autor.

Nesse sentido, para o comportamento empreendedor, tendo em vista que mesmo que se tenham recursos suficientes para fazer é imprescindível que o indivíduo tenha vontade de agir, ação comportamental que dependerá exclusivamente do indivíduo. Lorentz (2015) evidencia que o indivíduo empreendedor manifesta uma série de características que o identifica, distinguindo-o de acordo com o conjunto de habilidades que mais se aproxima da sua forma de ser. Essas características podem ser identificadas, mensuradas e desenvolvidas (LEIVA; ALEGRE; MONGE, 2014). A seguir esmiúça-se comportamento empreendedor e características comportamentais empreendedoras.

3. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

O empreendedor é aquele que assume riscos e começa algo novo, as principais características estão na iniciativa e na capacidade de utilizar os recursos disponíveis de forma criativa (DOLABELA, 2008). A concepção de empreendedor vem se aprimorando e hoje já envolve questões relacionadas ao indivíduo e seu comportamento. Para Dolabela (2008) ser empreendedor não é somente acumular conhecimentos, mas possuir comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo, é voltar-se para atividades em que o risco e a capacidade de inovar, de ser perseverante e de conviver com a incerteza.

Dolabela (2008) afirma que é o empreendedor, em qualquer área, aquele que sonha com o objetivo de transformar sonho em realidade. O empreendedorismo tem cada vez mais espaço no Brasil e no mundo (GEM, 2015). Quanto ao perfil do empreendedor estudos tem adotado diferentes abordagens, alguns identificam o perfil empreendedor a partir dos aspectos comportamentais (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009), enquanto outros optam pela análise de traços ou características de personalidade e desenvolvem instrumentos específicos para caracterizar esses perfis (SOUZA; LOPEZ JR., 2005).

Arasti, Falavarjani e Imanipour (2012) salientam que a educação empreendedora visa aumentar a consciência do empreendedorismo como opção de carreira e aumentar a compreensão do processo de criação e gestão de novos empreendimentos. Alguns pesquisadores examinaram a relação entre a educação empreendedora e as características comportamentais empreendedoras, Kusmintarti et al. (2016), por exemplo, afirmam que essas características podem ser desenvolvidas por meio da educação empreendedora. A seguir são apresentadas algumas características comportamentais empreendedoras.

3.1. CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

A respeito do comportamento empreendedor, Engelman e Fracasso (2013) consideram as características empreendedoras – busca de oportunidades e iniciativa, correr riscos calculados, persistência, exigência de qualidade, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e redes de contato, independência e autoconfiança (MSI, 1990) e outras habilidades e características individuais – podem contribuir para o sucesso dos empreendimentos. Razão pela qual tais características ganham relevância, podendo ser desenvolvidas (RAUPP; BEUREN, 2011). Para estes autores, nem todos possuem habilidades que permitem empreender. Entende-se que são necessárias algumas características inerentes ao indivíduo e outras que possam ser aprendidas. O conjunto dessas características permite converter o esforço desse indivíduo, denominado empreendedor, em desenvolvimento de uma nova ideia, que culminará com a criação de um empreendimento.

Dentre os autores que estudaram as características comportamentais empreendedoras, destaca-se David McClelland (1961, 1972, 1978, 1987), que foi um dos primeiros estudiosos a usar as teorias da ciência comportamental para realizar estudos de cunho empírico sobre a motivação para empreender. A teoria de McClelland (1972) se sobressai dentre as demais pela facilidade de abordagem sendo considerada ainda hoje uma das teorias mais importantes, conhecidas e complexas dentre as teorias comportamentais da motivação humana psicológica. McClelland (1972), procurou estabelecer uma relação entre a necessidade de realização e o desenvolvimento econômico de determinadas sociedades (CHYNG; KITAHARA, 2015).

Os estudos de McClelland foram aprimorados na década de 80, em que a USAID (Agência para o Desenvolvimento Internacional das Nações Unidas), a *Management Systems International* (MSI) e a McBeer e Company, empresa de consultoria que McClelland participava, iniciaram um projeto para estudos mais abrangentes acerca das características comportamentais empreendedoras.

O projeto iniciou a partir de um estudo em 34 países, em que foram identificadas diversas características comportamentais empreendedoras comuns aos empreendedores ditos de sucesso. Estes estudos iniciais trouxeram 20 características comportamentais empreendedoras agrupadas em três grupos: sucesso, afiliação e poder (MCCLELLAND, 1987). Os estudos foram modificados ao final de 1986 e início de 1990, as características foram agrupadas e reduzidas para dez características comportamentais empreendedoras (MSI, 1990).

As dez características comportamentais empreendedoras foram reagrupadas em três categorias de competências pessoais diferentes: realização, planejamento e poder e referem-se: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemáticos; persuasão e rede de contatos e; independência e autoconfiança (MSI, 1990). Sendo estas, as características que o empreendedor bem-sucedido deve possuir.

Em seu estudo, McClelland (1972), destaca o comportamento das pessoas com seu vínculo de trabalho, organizações e mercado de trabalho, traz ainda as mudanças do século XX evidenciando os temas relacionados ao empreendedorismo, empreendedor e comportamento empreendedor, o que evidencia a importância de estudar e fomentar o empreendedor diante de sua importância no desenvolvimento econômico. Segundo Câmara e Andalécio (2012), é vasta a literatura sobre o que são os empreendedores e suas características mais marcantes. A personalidade foi amplamente estudada por McClelland (1961), que demonstrou que a necessidade específica de realização é presente e gera uma estrutura motivacional diferenciada no empreendedor (MCCLELLAND, 1972).

McClelland (1972), tendo como premissas o enfrentamento de desafios e a percepção de oportunidades dos indivíduos, classificou a sociedade em dois grupos, os que apresentam predisposição para empreender e os que não se dispõem a correr riscos de tal natureza. O estudo das características do primeiro grupo, permitiu a McClelland traçar um perfil empreendedor, que está continuamente em busca de realização profissional e pessoal. Zampier e Takahashi (2014) salientam que este perfil é marcado por ações empreendedoras, sendo que tais ações refletem o comportamento empreendedor.

O empreendedor não é um ator social estático no que se refere ao seu comportamento, e sim um ser dinâmico. Estes indivíduos não se desviam de seus objetivos, eles agem repetidamente ou mudam de estratégia a fim de enfrentar desafios e superar obstáculos, mesmo que, para tanto, seja necessário o sacrifício pessoal (CARREIRA et al, 2015). Para Nassif, Hashimoto e Amaral (2014), as características comportamentais, incluindo a sua capacidade inovadora e a experiência acumulada, bem como o constante aprimoramento das habilidades para criar e gerenciar negócios, são a chave para os empreendedores alcançarem o sucesso. O desenvolvimento das características e habilidades empreendedoras é um modo de “auto enriquecimento” (BOUTILLIER; UZUNIDIS, 2014).

As características comportamentais empreendedoras podem ajudar os indivíduos a enfrentar os desafios de empreender (MCCLELLAND, 1978), assim como a inexistência delas, pode inviabilizar a formação de um empreendimento. Para Minello (2014), o comportamento do empreendedor, no papel de gestor do seu próprio negócio, evidencia-se também na sua capacidade de lidar com a adversidade e na própria adversidade. Nesse caso o ensino do empreendedorismo pode ajudar a

aprimorar tais características e habilidades de gestão, direcionando para a educação empreendedora (LEIVA; ALEGRE; MONGE, 2014).

Nesse contexto, ao visualizar as universidades como um sistema educacional, a mesma, é uma área central de intervenção ao desenvolvimento de características empreendedoras, que podem levar a um comportamento mais empreendedor (DINIS et al, 2013; FILION, 2000; DOLABELA, 2008). Desenvolver o comportamento empreendedor, para Souza (2001), é capacitar o aluno para que ele crie, conduza e execute o processo de elaborar novos planos de vida. Lorentz (2015) evidencia que o indivíduo empreendedor manifesta uma série de características que o identifica, distinguindo-o de acordo com o conjunto de habilidades que mais se aproxima da sua forma de ser. Então, para identificar o comportamento empreendedor e as características empreendedoras, Brancher, Oliveira e Roncon (2012), apontam que é imprescindível analisar o trabalho de David McClelland.

Partindo do pressuposto de que os empreendedores não são nascidos e sim desenvolvidos, torna-se necessário incluir nos currículos a educação para o empreendedorismo (PINTO, 2013).

4. EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A educação empreendedora é apontada como um dos meios para formar empreendedores e disseminar o comportamento empreendedor. Para Lopes (2010, p. 165) “o conceito de educação empreendedora a ser adotado deve ser muito mais no sentido de viabilização de propósitos do que apenas no sentido de abertura de um negócio.”. Atualmente percebe-se uma preocupação no ensino da educação empreendedora com o objetivo de formar indivíduos atuantes, indo além do conhecimento teórico (ELMUTI; KHOURY; OMRAN, 2012).

Gedeon (2014, p. 238) define Educação Empreendedora comparando a transformação do aluno como um prêmio sobre o valor acrescentado.

“A educação para o empreendedorismo engloba crescimento e transformação pessoal holístico que proporciona aos alunos conhecimentos, habilidades e resultados de aprendizagem atitudinais. Isso capacita os alunos com uma filosofia de pensamento empresarial, paixão e ação que eles podem aplicar em suas vidas, empregos, comunidades e/ou próprios novos empreendimentos.”

No processo de educação empreendedora ação é fundamental, de acordo com Neck e Greene (2011) o primeiro passo para esse processo consiste em permitir que os alunos experimentem a realidade para depois aprenderem conceitos. Desenvolver o comportamento empreendedor do aluno é capacitá-lo para a criação, condução e implementação do processo criativo proporcionando a oportunidade de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, transformando-se, deste modo, no ator responsável pelo seu desenvolvimento pessoal, bem como de sua organização (NECK; GREENE, 2011).

Logo, essa educação auxilia na compreensão da realidade, estimulando a reflexão sobre transformações e inovações, buscando ações planejadas e tecnicamente embasadas, além de estimular a transformação positiva da sua realidade, nas esferas pessoal, econômica e social (LOPES, 2014).

Sob essa perspectiva Singer, Amorós e Arreola (2014) salientam que o conteúdo empreendedor deve ser inserido nos três níveis de educação, de forma sistemática e consistente, com vistas ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora que permeie a sociedade como um todo, contribuindo para a concretização da universidade empreendedora. Dolabela e Filion (2013) defendem uma mudança radical frente aos métodos tradicionais de ensino que tendem a se concentrar na transferência de conhecimento, buscando uma aprendizagem centrada em pensar de forma independente e proativa. Estes autores acrescentam que esse ambiente de aprendizagem deve estimular e desenvolver a confiança e a autoestima do estudante (DOLABELA; FILION, 2013). Nesse sentido, destaca-se o papel da instituição de ensino superior que pode ser fomentadora do preparo para empreender, desenvolvendo novas formas de ensinar que despertem em seus alunos um comportamento mais empreendedor.

Um dos principais objetivos da educação empreendedora é gerar atitudes positivas em relação às atividades empreendedoras e desenvolver habilidades de pensamento (FAYOLLE, GAILLY; LASSAS-CLERC, 2006), que permitam aos alunos reconhecer, pesquisar e buscar oportunidades, uma área-chave no empreendedorismo (BUSENITZ et al., 2014). A *European Commission Enterprise and Industry Directorate-General* (2008) desenvolveu uma relação de três objetivos para a Educação Empreendedora no ensino superior, esses objetivos são apresentados na Figura 4.

Figura 4 - Objetivos da Educação Empreendedora



Fonte: adaptado da proposta da *European Commission Enterprise and Industry Directorate-General* (2008).

Para atingir esses objetivos é preciso traçar um plano de ensino que adapte a metodologia pedagógica à Educação Empreendedora (COMISSÃO EUROPÉIA, 2008). Segundo Balconi (2016), atividades de ensino práticas são as mais propensas para contribuir para o estímulo do comportamento empreendedor. Entre as opções pedagógicas citam-se: palestras, estudos de caso, visita à empresas, *brainstorming*, simulações e projetos desenvolvidos em grupos (BALCONI, 2016).

Para Tseng (2012) e Zampier e Takahashi (2014) o comportamento empreendedor pode ser aperfeiçoado. O que sinaliza a importância da Educação Empreendedora nos currículos dos cursos de Instituições de Ensino Superior (TSENG, 2012), as quais para Pereira (2010), devem

desempenhar um papel de agente promotor, disseminando uma cultura empreendedora em todos os níveis. Desde os anos 2000, países em todo o mundo intensificaram as medidas prescritivas para desenvolver a educação empreendedora em todos os níveis, desde a escola primária até o ensino superior (KYRÖ, 2015).

Além disso, o que se constata é que as universidades que buscam promover o empreendedorismo ainda o fazem focado em cursos de Administração, isolando-o dos demais cursos, como a Psicologia, a Sociologia, a Educação, e demais áreas que se preocupam com o entendimento do comportamento humano (LORENTZ, 2015). Mendes (2011) defende que o ensino de empreendedorismo deveria ser tratado não como uma disciplina autônoma, como é verificado na maioria das instituições de ensino, mas integrada nas restantes, uma vez que existem diversas questões inerentes a outros campos de investigação que são centrais no seu estudo. Nesse mesmo sentido, Tschá e Cruz Neto (2014) afirmam que a educação empreendedora não deve ser vista como uma disciplina isolada, e sim como um conjunto de ações por meio das quais os alunos são orientados a expandirem suas próprias ideias e que esse processo deveria ser estabelecido desde os primeiros períodos da graduação.

Lima et. al. (2015) ressaltam que essa proposta de ensino permite aos discentes, mesmo os que não pretendem ter seus próprios negócios, que se beneficiem do desenvolvimento comportamental empreendedor. A educação empreendedora pode proporcionar aos discentes uma melhor preparação profissional e o aumento do número de profissionais com comportamentos inovadores, proativos e de iniciativa (LIMA et. al., 2014).

No relatório do estudo GUESS Brasil (LIMA et. al., 2014) indica iniciativas por meio das quais as instituições de ensino superior e os estudantes podem contribuir na melhoria da educação empreendedora. Por exemplo, podem ser cultivados ambientes ricos em diversidade de experiência, de possibilidades de exploração de recursos pessoais e dirigidos à ampliação de horizontes e de perspectivas, focando não somente na geração de conhecimentos e habilidades específicos e na tradicional ênfase na preparação de futuros empregados. No relatório evidencia-se que é atrativo e promissor que os estudantes se empenhem na ampliação da variedade de carreiras que consideram para seu futuro. Isso pode contribuir para que as instituições de ensino desempenhem melhor seu papel e os estudantes se tornem mais ativos no avanço social e econômico.

Qualquer pessoa pode aprender a ser empreendedor, para Dolabela (2008, p. 14) “O conhecimento empreendedor não é transferível, como temas acadêmicos convencionais, de quem sabe para quem não sabe. O que se pode fazer é desenvolver o potencial empreendedor presente na espécie humana”. Para Guerra e Grazziotin (2010) perspectivas adequadas a uma educação empreendedora ocorrem por intermédio do diálogo entre o cientificismo e a liberdade criativa da arte.

Os empreendedores, para Dolabela e Filion (2013) são orientados para a ação. Nesse sentido, Lopes (2010) evidencia o uso de metodologias de ensino que proporcionem o aprendizado a partir do fazendo, para que o aluno se depare com diferentes eventos que o façam pensar de maneira diferente, buscando alternativas, ou seja, o aprender a partir da experientiação. A educação para o empreendedorismo inclui todas as atividades que visam fomentar mentalidades, atitudes e competências empreendedoras e abrangem uma série de aspectos como geração de ideias, startup,

crescimento e inovação (FAYOLLE, 2009). Lonappan e Devaraj (2011) apresentam alguns métodos de ensino voltados para a educação empreendedora, sendo: estudo de caso, discussão em grupo, apresentação individual, relatório escrito individual, projetos em grupo, palestras com convidados, aprendizado pela prática, seminários, aprendizagem na web e por vídeos.

A partir das diferentes percepções de educação empreendedora, Ribas (2011) propõe aspectos para a elaboração de programas de formação empreendedora, Quadro 2.

Quadro 2 – Aspectos para a formação de empreendedores

ASPECTO	ESCOLA DE EMPREENDEDORES
Pressuposto epistemológico	Há uma relação entre aprendizagem e o interesse do aluno, de modo que este construa seu conhecimento, a partir da realização de seu projeto de vida.
Propósito da educação	Proporcionar ao estudante os meios necessários para que desenvolva sua competência para realizar uma ação empreendedora com sucesso.
Aplicação pelo aluno	Aprende para ter autonomia no ser e no saber, preparar-se para ser um cidadão emancipado na sua condição econômica e social.
Organização do currículo	Por projetos: o conhecimento é um processo em que o aluno aprende fazendo, relacionando o saber teórico com o fazer acontecer prático, por meio de uma série sucessiva de pequenas realizações.
Estratégias de ensino	Problematização: o conhecimento é obtido pela solução de problemas a serem resolvidos pelos estudantes para avançarem em seu projeto empreendedor.
Função do educador	Docente como facilitador: o centro deve ser o aluno e a preocupação do professor é ensiná-lo a aprender por si próprio, de modo que obtenha autonomia na construção do próprio saber.

Fonte: adaptado de Ribas (2011, p. 86).

Essas atividades em sala de aula permitem um ambiente que proporciona aos discentes a geração de conhecimentos e comportamentos empreendedores. Para Ribas (2011), a educação para o empreendedorismo é um processo interativo, constante e dinâmico, em que o saber deve interagir continuamente com o fazer, proporcionando um resultado prático para o indivíduo, estimulando e desenvolvendo o comportamento empreendedor.

Diante da amplitude da educação empreendedora, dos diversos níveis de atuação, para o presente estudo focou-se na universidade empreendedora.

4.1. UNIVERSIDADE EMPREENDEDORA

As instituições de ensino superior surgiram na Europa, a partir do século XII, com a finalidade de estudo em Direito, Medicina e Teologia (ALVES, 2016). Entretanto, alguns pesquisadores

consideram registros de academias fundadas em 387 A.C. por Platão. Na Idade Média as universidades foram criadas pela Igreja, nos mosteiros, cujos estudos tinham por objetivo explicar o Universo, de acordo com o que continham as Sagradas Escrituras. Oficialmente, com a denominação de universidade, o surgimento desse tipo de instituição, ocorre por volta do século XII e se solidificam no mundo. No final do século XIX e início do século XX, houve a primeira revolução acadêmica quando a pesquisa se tornou uma função legítima da universidade. O papel da universidade alcançou este novo patamar quando as universidades incluíram o conhecimento científico e tecnológico no seu currículo (GUARANYS, 2006).

A segunda revolução acadêmica se caracteriza pela inclusão de um novo objetivo para a universidade, o desenvolvimento econômico e social, além do ensino e da pesquisa (GUARANYS, 2006). Para Etzkowitz (2004), a inclusão dessa nova missão torna a universidade empreendedora. A universidade empreendedora tem papel relevante na sociedade, tendo em vista que a educação para o empreendedorismo é associada com políticas educacionais, diretrizes e pesquisas em todo mundo (KAKOURIS; GEORGIADIS, 2016). Para Farhangmehr, Gonçalves e Sarmento (2016) as instituições de ensino superior precisam dar especial atenção ao empreendedorismo porque realizam função de agentes ativos que contribuem para a prosperidade de suas regiões. O empreendedorismo é relevante para as políticas de governo e expectativa das organizações quando pensado como um meio de promover o desenvolvimento econômico (KAKOURIS; GEORGIADIS, 2016).

A universidade empreendedora é aquela na qual ocorre a transferência de conhecimentos para resolver questões socioeconômicas e contribuir para o desenvolvimento regional, se distingue do modelo tradicional, por ser baseada na tríplice hélice: universidade, empresa e governo (ALVES, 2016). A tríplice hélice também é relatada por Audy (2011), é um modelo que requer uma visão nova dos atores envolvidos, em que a universidade passa, além do ensino e pesquisa, a ter a missão de desenvolvimento econômico e social da sociedade, de estimular o surgimento e ambientes de inovação e cultura empreendedora. Etzkowitz (2013) menciona que uma universidade empreendedora interage com a indústria e com o governo (tríplice hélice), de acordo com várias modalidades em diferentes sociedades, essa interação é o foco da teoria e prática da inovação.

Para Etzkowitz (2013) a universidade empreendedora é um ideal acadêmico, sendo a transição da universidade de pesquisa, com a participação acadêmica na transferência de tecnologia, formação livre e especialmente desenvolvimento regional. Clark (2006) define a universidade empreendedora como sendo uma organização dinâmica que faz alterações na sua estrutura e na forma de responder às demandas internas e externas. Para o autor o termo universidade empreendedora evidencia a necessidade de ações e de uma perspectiva que leve a mudanças na conduta das instituições. Nesse âmbito, a universidade empreendedora, para Clark (2006), consegue gerar uma direção estratégica focada, tanto na formulação de metas acadêmicas, quanto transformando o conhecimento produzido dentro da universidade em utilidades econômicas e sociais.

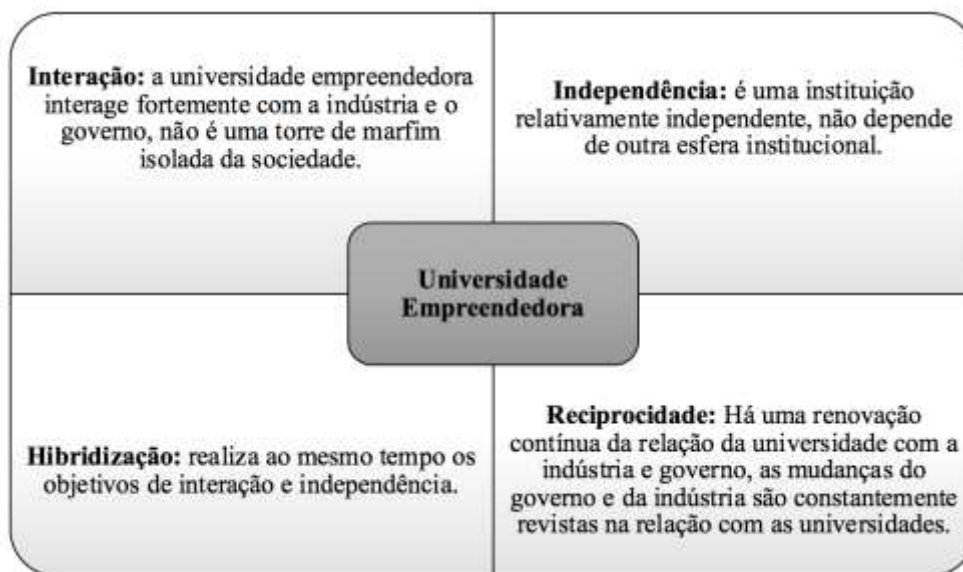
Similarmente Etzkowitz (2013) define universidade empreendedora como aquela capaz de gerar estratégias que contemplem objetivos claros, tornando o conhecimento criado na universidade, valor econômico e social. Acredita que a universidade é o local propício à inovação, pela

concentração de conhecimento e de capital intelectual, na qual os alunos são fonte potencial de empreendedores (ETZKOWITZ, 2013).

Uma universidade empreendedora necessita que sejam desenvolvidas alianças entre empresas concorrentes ou não (cooperação), a incorporação de papel articulador, colocando o desenvolvimento econômico e social como missão da universidade e o papel de articulador do Governo; que se fortaleçam alianças estratégicas, redes de relações interinstitucionais e outras formas de cooperação que visam estimular a criatividade e a coesão regional; empreendedorismo como prática de ciência e inovação; de conciliação entre os novos valores gerenciais com os valores acadêmicos tradicionais; que criem-se novas estruturas e mecanismos (centros de pesquisa interdisciplinares, ambientes de inovação, etc.); e, desenvolvimento de uma cultura empreendedora integrada, gerando uma perspectiva institucional (CLARK, 2006).

A universidade empreendedora desponta como uma das impulsionadoras de uma sociedade baseada no conhecimento, por sua natureza é uma produtora de novidades. Tem a função de aumentar a competitividade incorporando elementos comuns em seu papel, em termos econômicos e desenvolvimento social, com base na inovação (ETZKOWITZ, 2013). Um modelo de universidade empreendedora pode ser expresso em quatro premissas Figura 5 (ETZKOWITZ, 2013).

Figura 5 – Modelo de universidade empreendedora



Fonte: elaborado com base em Etzkowitz (2013).

Ademais, três aspectos são necessários e suficientes para considerar uma universidade empreendedora, sendo: a universidade - como uma organização que se torna empreendedora; os membros da universidade – docentes, discentes e funcionários – que se tornam empreendedores; e, a interação entre a universidade e o meio - a ligação estrutural entre universidade e região, que segue padrões empreendedores (RÖPKE, 1998).

A partir da breve explanação dos constructos abordados no presente ensaio, a seguir apresenta-se uma reflexão quanto ao comportamento empreendedor à luz do empreendedorismo institucional, em prol de uma educação mais empreendedora.

5. ANÁLISE REFLEXIVA

Diante do até aqui apresentado é inerente para o presente autor a relação entre universidade empreendedora, comportamento empreendedor, empreendedorismo institucional e educação empreendedora. Similaridade verificada, por exemplo, em seus conceitos em que, universidade empreendedora para Clark (2006) é uma organização dinâmica que faz alterações na sua estrutura e na forma de responder às demandas internas e externas; comportamento empreendedor é atrelado a iniciativa e capacidade de utilizar os recursos disponíveis de forma criativa (DOLABELA, 2008); empreendedorismo institucional de Battilana (2006) refere-se aos empreendedores institucionais, indivíduos que conduzem mudança organizacional, que rompem com a lógica institucional dominante; e, educação empreendedora que para Gedeon (2014) engloba crescimento e transformação pessoal. A partir desta constatação elaborou-se a Figura 6.

Figura 6 – Relação entre universidade empreendedora, comportamento empreendedor, empreendedorismo institucional e educação empreendedora



Fonte: elaborado pelo autor.

A universidade empreendedora, para a presente análise, consta no centro (Figura 6) pois considera-se que os constructos de comportamento empreendedor, educação empreendedora e empreendedorismo institucional são mais amplos do que os muros da universidade, contemplam demais áreas como o ensino básico, por exemplo.. Entende-se que a universidade empreendedora é uma instituição legítima em que a educação empreendedora deve permear objetivando o desenvolvimento e disseminação do comportamento empreendedor. No entanto, para que isso ocorra algumas implicações emergem, como: ambiente propício para a promoção do empreendedorismo, educação empreendedora como prática, e, a consciência do indivíduo (ator social relevante) para o desenvolvimento do comportamento empreendedor. Estas implicações foram elaboradas pelo autor com base na vivência e experiência no Projeto Educação e Atitude Empreendedoras, que tem como objetivo o desenvolvimento e disseminação da atitude empreendedora dos alunos de graduação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), este projeto está registrado na UFSM, no Gabinete de Projetos sob o nº 042930.

Para o desenvolvimento do comportamento empreendedor, o indivíduo deve ser, entre outros fatores, estimulado por um contexto ambiental propício (STOROPOLI; BINDER; MACCARI, 2013). O ambiente, na perspectiva institucional, envolve as organizações de tal modo que os atores sociais podem interpretar o mundo provendo legitimidade, o ambiente exerce influência sobre as ações e estrutura organizacional (MEYER; ROWAN, 1977). O ambiente não é exclusivamente externo à organização (FONSECA E MACHADO-DASILVA, 2002). Para Lopes, Torkomian e Françoso (2016) a universidade possui um ambiente propício à inovação, pela concentração de conhecimento e de capital intelectual, onde os estudantes podem ser potenciais empreendedores. Com base nisso, aspectos que compõe tal ambiente podem incentivar de diferentes formas o desenvolvimento do comportamento empreendedor. Voltando-se ao contexto educacional, uma dessas formas de incentivo é a inserção de práticas que estimulem a reflexão crítica, a criatividade e a resolução de problemas (DOLABELA; FILION, 2013).

A educação empreendedora como prática refere-se ao fato de que o comportamento empreendedor pode ser desenvolvido (POLITIS, 2005; HOLCOMB et al., 2009; DOLABELA; FILION, 2013; ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014). As universidades são facilitadoras da mudança comportamental dos indivíduos, a partir da utilização de métodos pedagógicos específicos (BERNARDES; RIBEIRO, 2014). Para isso, os cursos de graduação necessitam estar em sintonia com as demandas da sociedade, assim como com a geração de conhecimentos na área de empreendedorismo, por meio de práticas didáticas que estimulem o desenvolvimento do comportamento empreendedor (BALCONI, 2016). Clark (2006) destaca que na universidade empreendedora enfatiza-se ações que levem a mudanças na postura das instituições. Essas ações, métodos utilizados, devem abordar práticas de forma equilibrada e condizente com o contexto empreendedor (VIEIRA; ROCHA 2015).

Nesse sentido, entende-se que o comportamento empreendedor pode ser aprendido por meio da experiência com terceiros, práticas de educação empreendedora, em consonância a Dolabela (2008) em que se aprende a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores. As universidades contribuem para o desenvolvimento do comportamento empreendedor por meio de uma educação empreendedora que incentive os alunos a despertarem dentro de si o espírito empreendedor e a explorarem o espaço potencial para o empreendedorismo (TSCHÁ; CRUZ NETO, 2014). Essas práticas podem envolver diferentes metodologias de cunho prático como já mencionado por Balconi (2016), Lima et. al., (2014) e Lonappan e Devaraj (2011).

No entanto, o comportamento empreendedor não pode ser restrito à intencionalidade da ação do indivíduo, deve ser concreto. Para tal, considera-se que o indivíduo tenha consciência do seu papel de agente no processo de mudança, empreendedores institucionais, atores que possuem interesse na transformação institucional (HARDY; MAGUIRE, 2008). Nesse sentido, novas instituições são criadas quando indivíduos que, além dos recursos, enxergam oportunidades e tem entendimento sobre a sua importância no mundo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As instituições de ensino superior precisam dar especial atenção ao empreendedorismo porque realizam função de agentes ativos que contribuem para a prosperidade de suas regiões (FARHANGMEHR; GONÇALVES; SARMENTO, 2016). Espera-se desenvolver nos alunos um comportamento empreendedor durante o percurso acadêmico, de forma que possam assumir a responsabilidade por suas carreiras, seja ao preparar-se para os desafios profissionais do mercado de trabalho ou na criação de diferentes empreendimentos (MOREIRA, 2011). Verificou-se que o comportamento empreendedor pode ser desenvolvido e a educação e universidade empreendedoras são um meio para tal.

A educação empreendedora é um tema relevante no campo acadêmico no sentido de proporcionar aos estudantes desenvolver características comportamentais que possibilitam, não só a sua inserção no mercado de trabalho, mas um comportamento voltado à mudança. Desenvolver o comportamento empreendedor é preparar o indivíduo para que ele busque oportunidades, seja criativo e inove. Nesse cenário, a teoria institucional, o empreendedorismo institucional é uma abordagem que pode contribuir para responder problemáticas relacionadas às organizações, ambiente e mudança, considerando como pressuposto a ideia de que a organização e o ambiente compõem um processo mútuo (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Cabe destacar que a partir da base teórica apresentada formulou-se algumas implicações que merecem ser consideradas na elaboração de um quadro mais abrangente para os estudos relacionados a educação e comportamento empreendedor. Assim, se institucionalização representa um processo de conformidade às normas socialmente aceitas, tratar de empreendedorismo institucional implica considerar os processos pelos quais as instituições são criadas, mantidas e transformadas (mudança). Como resultado da análise realizada apurou-se três implicações para o desenvolvimento do comportamento empreendedor à luz do empreendedorismo institucional, sendo: ambiente propício para a promoção do empreendedorismo, educação empreendedora como prática, e, a consciência do indivíduo.

Neste ensaio buscou-se analisar, com base na teoria institucional, no empreendedorismo institucional, implicações para o desenvolvimento do comportamento empreendedor em instituições de ensino superior, diante da educação empreendedora. Assim, espera-se contribuir para novos estudos que possam fomentar a disseminação do comportamento empreendedor por meio da educação empreendedora em instituições de ensino superior, culminando em mais e mais universidades empreendedoras.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. **Gestão em instituições de educação superior**. Tese de doutorado (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, SC Florianópolis, SC, 2016.

ARASTI, Z.; FALAVARJANI, M. K.; IMANIPOUR, N. A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduates students. **Higher Education Studies**, 2-10, 2012.

AUDY, J. N. Entre a tradição e a renovação: os desafios da universidade empreendedora. In: MOROZINI, Marília (Org.). **A universidade no Brasil: concepções e modelos**. Brasília: Inep. 2011.

BALCONI, S. B. **A influência das atividades de educação empreendedora sobre as características empreendedoras dos alunos de graduação da UFSM**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas). UFSM, Santa Maria, 2016.

BATTILANA, J. Agency and institutions: the enabling role of individuals' social position. **Organization**, v. 13, n. 5, p. 653-676, 2006.

BATTILANA, J.; LECA, B.; BOXENBAUM, E. How actors change institutions: towards a theory of institutional entrepreneurship. **Academy of Management Annals**, v. 3, n. 1, p. 65-107, 2009.

BERNARDES, M. A.; RIBEIRO, P. E. O papel da universidade no desenvolvimento do comportamento empreendedor em regiões carentes. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**. v. 5, n. 2, p. 978-993, jul./dez. 2014.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: UNESP, 86 p. 2004.

BOUTILLIER, S.; UZUNIDIS, D. The theory of the entrepreneur: from heroic to socialised entrepreneurship. **Journal of Innovation Economics & Management**. n. 14, p. 9-40, 2014.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 166-193, jan./jun. 2012.

BUSENITZ, L. W.; PLUMMER, L. A.; KLOTZ, A. C.; SHAHZAD, A.; RHOADS, K. Entrepreneurship research (1985–2009) and the emergence of opportunities. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 38(5), 981–1000, 2014.

CÂMARA, E.; ANDALÉCIO, A. M. L. Características empreendedoras: um estudo de caso com farmacêuticos utilizando o modelo de McClelland. **REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. v. 1, n. 3, 2012.

CARREIRA, S. S. et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus, Revista de Gestão e Tecnologia**. Florianópolis, SC, v. 5, n. 2, 2015.

CHING, H. Y.; KITAHARA, J. R. Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. **Revista de Ciências da Administração**. v. 17, n. 43, p. 99-111, 2015.

CLARK, B. Pursuing the entrepreneurial University. In: AUDY, J. L. N.; MOROSINI, M. C. (Org). **Inovação e Empreendedorismo na Universidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

CZARNIAWSKA, B. Emerging institutions: pyramids or anthills? **Organization Studies**, v. 30, n. 4, p. 423-441, 2009. ^[1]_{SEP}

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, v. 48, n. 2, p. 147-160, 1983.

DINIS, A.; PAÇO, A.; FERREIRA, J.; RAPOSO, M.; GOUVEIRA, R. R. Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. **Education + Training**. v. 55, n. 8/9, p. 763–780, 2013.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, 2013.

ELMUTI, D.; KHOURY, G.; OMRAN, O. Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and venture's effectiveness? **Journal of Entrepreneurship Education**, 15(1) 83-98, 2012.

EISENSTADT, S. N. Cultural orientations, institutional entrepreneurs and social change: Comparative analyses of traditional civilizations. **American Journal of Sociology**. v. 85, p. 840-869, 1980.

ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M. Contribuição das incubadoras tecnológicas na internacionalização das empresas incubadas. **R. Adm.** v. 48, n. 1, p. 165-178, jan./fev./mar. 2013.

ETZKOWITZ, H. The evolution of the entrepreneurial university. *Int. J. Technology and Globalisation*, Vol. 1, No. 1, 64-77. 2004.

ETZKOWITZ, H. Anatomy of the entrepreneurial university. **Social Science Information**, n. 52 (3), 2013.

EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY DIRECTORATE-GENERAL. **Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies**: final report of the expert group. European Commission, 2008.

EVERETT, J. Organizational research and the praxiology of Pierre Bourdieu. **Organizational Research Methods**, 5(1), 56-80, 2002.

FARHANGMEHR, M.; GONÇALVES, P.; SARMENTO, M. Predicting entrepreneurial motivation among university students: The role of entrepreneurship education. **Education+ Training**, v. 58, n. 7/8, p. 861-881, 2016.

FAYOLLE, A. Entrepreneurship Education in Europe: Trends and Challenges, OECD LEED Programme, universities, innovation and entrepreneurship: **good practice workshop**, 2009.

FAYOLLE, A.; GAILLY, B. T.; LASSAS-CLERC, N. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. **Journal of European Industrial Training**. v. 30 p. 701-720. 2006.

FLIGSTEIN, N. Social skill and the theory of fields. **Sociological Theory**, 19(2), 105-125, 2001.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE Light**, v. 7, n. 3, jul./set. 2000.

FONSECA, V. S.; MACHADO-DA-SILVA, C. L. Conversação entre abordagens da estratégia em organizações: escolha estratégica, cognição e instituição. **Organizações & Sociedade**, v. 9, n. 25, p. 93-109, 2002.

GEDEON, S. A. Application of best practices in university entrepreneurship education. **European Journal of Training and Development**, 38(3): 231-253, 2014.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba, 2015.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GREENWOOD, R.; SUDDABY, R.; HININGS, C. R. Theorizing change: the role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. **Academy of Management Journal**, v. 45, n. 1, p. 58-80, 2002.

GUARANY, L. R. **Interação universidade-empresa e a gestão de uma universidade empreendedora: a evolução da PUC-RIO**. Tese (Doutorado em Ciências) –Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2006.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

HARDY, C.; MAGUIRE, S. Institutional entrepreneurship. In: GREENWOOD, R. et al. (Orgs.). **Handbook of organizational institutionalism**. London: Sage, p. 198-217, 2008.

HOFFMAN, A. J. Institutional evolution and change: Environmentalism and the U.S. chemical industry. **Academy of Management Review**, 42(4), 351-371, 1999.

HOLCOMB, T. R.; IRELAND, R. D., HOLMES, R. M.; HITT, M. A. Architecture of entrepreneurial learning: exploring the link among Heuristics, Knowledge, and action. **Entrepreneurship: Theory & Practice**. V. 33(1), 167-192, 2009.

KAKOURIS, A.; GEORGIADIS, P. Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern. **Journal of Global Entrepreneurship Research**. 2016.

KUSMINTARTI, A.; THOYIB, A.; MASKIE, G.; ASHAR, K. Entrepreneurial characteristics as a mediation of entrepreneurial. **Journal of Entrepreneurship Education**, V. 19, N. 1, 2016.

KYRÖ, P. The conceptual contribution of education to research on entrepreneurship education. **Entrepreneurship & Regional Development** 27(9–10): 599–618, 2015.

LECA, B.; BATILLANA, J.; BOXENBAUM, E. Agency and institutions: a review of institutional entrepreneurship. Harvard Business School Press, 2008.

LEIVA, J. C.; ALEGRE, J.; MONGE, R. The influence of Entrepreneurial learning in new Firms' performance: a study in costa rica. **Rev. Inovar**, v. 24, edição especial, 2014.

LI, D. D.; FENG, J.; JIANG, H. Institutional entrepreneurs. **American Economic Association**, v. 96, n. 2, p. 358-362, 2006.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Oportunities to improve entrepreneurship education: contributions considering Brazilian Challenges. **Journal of Small Business Management**, v.53, n. 4, p. 1033–105, 2015.

LIMA, E.; NASSIF, V. M. J.; LOPES, R. M. A.; SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. **Caderno de pesquisa**, n. 3. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

LONAPPAN, J.; DEVARAJ, K. Pedagogical Innovations in Teaching Entrepreneurship. Eighth AIMS **International Conference on Management**, pp 513-518, 2011.

LOPES, C. L. J.; TORKOMIAN, A. L. V.; FRANÇOSO, A. B. L. Educação Empreendedora e o Institucionalismo Organizacional. Uma fundamentação para disseminar a cultura empreendedora em IES. **Anais VI ConBRepro**, 2016.

LOPES, C. L. J. Educação Empreendedora: Um estudo do projeto de empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do curso técnico em informática. **Revista de Empreendedorismo, inovação e tecnologia**, 1(1)39-44, 2014.

LOPES, R. M. A. **Educação Empreendedora: conceito, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LORENTZ, M. H. N. **O Comportamento Empreendedor de Diretores da UFSM e sua percepção quanto à Universidade Empreendedora**. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Organizações Públicas do Programa de Pós-Graduação em Administração, 2015.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; GUARIDO FILHO, E. R.; ROSSONI, L. Campos organizacionais: Seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação. **Revista de Administração Contemporânea**. Edição Especial, p. 159-196, 2006.

MAGUIRE, S.; HARDY, C.; LAWRENCE, T. B. Institutional entrepreneurship in emerging fields: hiv/aids treatment advocacy in Canada. **Academy of Management Journal**, Vol. 47, No. 5, 657-679, 2004.

MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL (MSI). Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. Final Report. Submetido por Robert Young, Washington, 1990.

MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton, N. J.: Van Nostrand, 1961.^[1]

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização & progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MCCLELLAND, D. C. Managing motivation to expand human freedom. **American Psychologist**, Washington, v. 33, n. 1. p. 201-210. 1978.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of successful entrepreneurs. **The journal of creative behavior**. v. 21, n. 3, 1987.

MENDES, M. T. T. **Educação Empreendedora: uma visão holística do empreendedorismo na educação**. Dissertação de Mestrado em Ciências da Educação - Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Educação e Psicologia. Lisboa, 288 p. 2011.

MEYER, J.; ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. **The American Journal of Sociology**, v. 83, n. 2. p. 340-363, 1977.

MINELLO, I. F. **Resiliência e Insucesso Empresarial: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios**. Curitiba: Appris, 2014.

MOREIRA, R. Empreendedorismo na Universidade do Minho: o caso dos diplomados das ciências sociais. **Com Textos CICS Working Paper**, v. 4, 2011.

MUTCH, A. Reflexivity and the institutional entrepreneur: a historical exploration. **Organization Studies**, v. 27, n. 7, p. 1123-1140, 2007.

NASSIF, V. M. J.; HASHIMOTO, M.; AMARAL, D. J. Entrepreneurs Self-Perception of Planning Skills: Evidences from Brazilian Entrepreneurs. **Revista Ibero-americana de Estratégia**. v. 13, n. 4, 2014.

NECK, H. M.; GEENE, P. G. **Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers**. Journal of Small Business Management, v. 49, 2011.

PEREIRA, R. L. A. **As competências do educador na difusão da cultura empreendedora: uma análise no ensino fundamental e superior de Belo Horizonte**. 124 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) FIPEL - Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo - Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo, 2010.

PINTO, I. C. C. C. **Rumo à Universidade Empreendedora: o potencial empreendedor dos alunos do ISEG**. 2013. 44f. Dissertação (mestrado em marketing). School of Economics & Management- ISEG. Lisboa. 2013.

POLITIS, D. The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 399-424, 2005.

POWELL, W. W. **The New Institutionalism**. In: The International Encyclopedia of Organization Studies, Sage Publishers, 2007.

POWELL, W. W.; WHITE, D. R.; KOPUT, K. W.; OWEN-SMITH, J. Network dynamics and field evolution: the growth of interorganizational collaboration in the life sciences. **American Journal of Sociology**, 110(4), 1132-1205, 2005.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Perfil do suporte oferecido pelas incubadoras brasileiras às empresas incubadas. **REAd. Rev. eletrôn. adm.** vol.17, n.2, p. 330-359, Porto Alegre, 2011.

RIBAS, R. **O saber empreendedor: diretrizes curriculares para elaboração de programas para formação de empreendedores com base na Escola Progressiva de John Dewey – reflexão e proposta.** São Paulo – 2011. 172 f. Tese para obtenção de título de Doutor em Educação na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). 2011.

RÖPKE, J. The entrepreneurial university: Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. **Working paper**, Philipps-Universität Marburg, 1998.

SCOTT, W. R. Approaching adulthood: the maturing of institutional theory. **Theory and society**, v. 37, n. 5, p. 427, 2008.

SCOTT, W. R. Reflections on a half-century of organizational sociology. **Annu. Rev. Sociol.**, v. 30, p. 1-21, 2004.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea.** v. 13, n. 3, Jul./Set. Curitiba, 2009.

SINGER, S.; AMORÓS, J. E.; ARREOLA, D. M. Global Entrepreneurship Monitor - 2014 Disponível em: <Global Report. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3616>>. Acesso 10 jun. 2017.

SOUZA, E. C. L. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília, DF: **ANPROTEC**, p. 28-41, 2001.

SOUZA, E. C. L.; LOPEZ JR., G. S. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração**, ed. 48, v. 11, n. 6, p. 1-21, nov./dez, 2005.

STOROPOLI, J. E.; BINDER, M. P.; MACCARI, E. A. Incubadoras de empresas e o desenvolvimento de capacidades em empresas incubadas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 36-51, 2013.

SVEJENOVA, S.; MAZZA, C.; PLANELLAS, M. Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adrià as an institutional entrepreneur. *Journal of Organizational Behavior*, v. 28, p. 539-561, 2007.

TOLBERT, P.; ZUCKER, L. A institucionalização da teoria institucional. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. **Handbook de Estudos Organizacionais.** Vol. 1. São Paulo: Atlas, 1999.

TSCHÁ, E. R.; CRUZ NETO, G.G. Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas, e carreiras: o caso das células empreendedoras. In: BECKER, A. R. **Educação Empreendedora: a formação de futuros líderes.** In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) Educação para o empreendedorismo. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

TSENG, C. C. Linking Entrepreneurial Infrastructures and New Business Development: Entrepreneurship Development in Taiwan. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 21, n. 1, p. 117–132, mar. 2012.

VIEIRA, A. M. D. P.; ROCHA, C. Práticas pedagógicas para o ensino de empreendedorismo no curso de administração de empresas no período 2007-2013. **Rev. Tec. Senac**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, p. 82-111, mai./ago., 2015.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências e aprendizagem empreendedora em MPE's educacionais. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração.** v. 8, n. 3, 2014.

Autores

Cristiane Krüger

Doutoranda em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Administração, Especialista em Gestão Pública e em Contabilidade, Perícia e Auditoria. Bacharel em Ciências Contábeis pela URCAMP e Graduada no Programa Especial de Formação de Professores para Educação Profissional - PEG. Contadora CRCRS 091244/O. Atualmente é professora substituta do Curso de Graduação em Ciências Contábeis da UFSM. Áreas de interesses são Empreendedorismo e Contabilidade. Email para contato: cris.kruger@hotmail.com.

Italo Fernando Minello

Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Santa Maria ? UFSM (1988), especialista em Recursos Humanos pela Fundação para o Desenvolvimento de Recursos Humanos FDRH (1990) e em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing ESPM (1991), mestrado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina UFSC (1998) e doutorado em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo FEA-USP (2010). Atualmente é professor adjunto do Departamento de Ciências Administrativas da UFSM, Professor do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em administração da UFSM, coordenador do grupo de pesquisa Gestão Empreendedora e Comportamento Humano nas Organizações GPECOM, e membro do Academy of Entrepreneurship Membership. Autor do Livro Resiliência e Insucesso Empresarial - o comportamento empreendedor diante do fracasso nos negócios, publicado pela editora Appris, 2014. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em: gestão de pessoas, comportamento resiliente, insucesso empresarial, comportamento empreendedor e internacionalização. Email para contato: minelloif@gmail.com.