

## CONTRIBUIÇÕES DA UNIVERSIDADE PARA O ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA

*Elizabeth Landim Gomes Siqueira<sup>1\*</sup>, Rafaela Landim Gomes Siqueira Reis<sup>1</sup>, Alber Francisco dos Santos Neto<sup>1</sup>, Pompilio Guimarães Reis Filho<sup>1</sup>*

### RESUMO

SIQUEIRA, E.; SIQUEIRA, R.; NETO, A; REIS FILHO, P. Contribuições da universidade para o ecossistema de empreendedorismo social: uma revisão sistemática. **Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas**, v.11 , n.34 , p.39 - 53, 2021.

Enquanto cresce vertiginosamente a necessidade de soluções inovadoras para as demandas da sociedade, o papel da universidade como agente de transformação social se configura para além da formação tradicional dos estudantes, que alicerçados em suas áreas de conhecimento, empregam esforços para ingressarem no mercado de trabalho. Este artigo tem como objetivo central aprofundar a discussão acerca do papel da universidade como agente ativo no ecossistema de empreendedorismo social. Para tal, foi conduzida uma revisão sistemática na produção científica

disponível na base Scopus. Os resultados apontam uma universidade que ora atua como proponente, ora como apoiadora dos processos de empreendedorismo e inovação social. Assume-se também como inegável o potencial dos alunos do ensino superior para se inserirem no contexto social local. Ainda é lícito destacar a habilitação das universidades para incentivar o desenvolvimento de competências empreendedoras nos estudantes, apresentando-se como elo essencial no ecossistema de empreendedorismo social.

**Palavras-chave:** Universidade; Empreendedorismo social; Ecossistema; Estudante.

<sup>1</sup>Institutos Superiores de Ensino do CENSA - ISECENSA - Laboratório de Estudos em Gestão, Inovação e Sustentabilidade – LEGIS - Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, CEP: 28035-310, Brasil.

(\*) e-mail: [bethlandim99@gmail.com](mailto:bethlandim99@gmail.com)

Data de recebimento: 01/12/2021 Aceito para publicação:16/12/2021 Data de publicação: 20/12/2021

## UNIVERSITY CONTRIBUTIONS TO THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM: A SYSTEMATIC REVIEW

*Elizabeth Landim Gomes Siqueira<sup>1\*</sup>, Rafaela Landim Gomes Siqueira Reis<sup>1</sup>, Alber  
Francisco dos Santos Neto<sup>1</sup>, Pompilio Guimarães Reis Filho<sup>1</sup>*

### ABSTRACT

SIQUEIRA, E.L.G.; REIS, R.L;G.S.; NETO, A.F.S.; REIS FILHO, P.G. University contributions to the social entrepreneurship ecosystem: a systematic review. **Online Perspectives: Applied Human & Social**, v.11 , n.34 , p.39 - 53, 2021.

While the need for innovative solutions for society's demands grows rapidly, the role of the university as a social transformation agent is configured beyond the traditional student's education, that based on their expertise areas, put effort into their jobs. This article aims to deepen the discussion about the role of the university as an active agent in the social entrepreneurship ecosystem. To this end, a systematic review of the scientific production available on the Scopus database was

carried out. The results point to a university that sometimes acts as a proponent, sometimes as a supporter of entrepreneurship and social innovation processes. It is also assumed as undeniable the potential of higher education students to enter the local social context. It is still legitimate to highlight the ability of universities to build entrepreneurial skills in students, presenting itself as an essential link in the social entrepreneurship ecosystem.

**Keywords:** University; Social Entrepreneurship; Ecosystem; Student.

CENSA Higher Education Institutes - ISECENSA - Laboratory for Studies in Management, Innovation and Sustainability - LEGIS - Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, CEP: 28035-310, Brazil.

(\*) e-mail: [bethlandim99@gmail.com](mailto:bethlandim99@gmail.com)

Receipt date: 01/12/2021 Accepted for publication: 16/12/2021 Date of publication: 20/12/2021

## 1. INTRODUÇÃO

É crescente o movimento das organizações que se interessam por uma missão social ou que desejam gerar valor social por meio dos seus negócios (TYKKYLÄINEN; RITALA, 2020), principalmente por entenderem que os desafios sociais complexos como a pobreza, a desigualdade de gênero e raça, os serviços deficitários de saúde e o analfabetismo são compromissos da atual geração e precisam de soluções advindas do momento presente (SPIETH et al., 2019).

A caracterização das organizações dentro do sistema capitalista permeia dois pilares opostos, aquele que objetiva uma acumulação máxima de lucros e entrega esse valor para os acionistas, e aquele que não possui finalidade lucrativa e tem como objetivo gerar e entregar valor máximo para a sociedade. É exatamente nesse íterim que são identificados os negócios sociais, como modelos financeiramente sustentáveis, que garantem a capacidade de reinvestimento dos lucros e com propósitos sociais claramente definidos e direcionadores da proposta de valor da organização (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010), ou seja, “caracterizam-se, em geral, por ter como principal propósito atender a interesses sociais, restringindo ou limitando a distribuição de lucros entre os sócios e investidores para reinvestir no próprio objeto social” (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016).

Um negócio social é uma empresa que possui na resolução de uma necessidade social o objetivo maior para sua existência, no entanto, se utiliza das melhores práticas de negócios exercidas nas empresas tradicionais para aumentar a eficiência operacional e potencializar a entrega de valor às comunidades carentes (VILLIS; STRACK, 2013). Os negócios sociais se diferem das instituições do terceiro setor, visto que a natureza jurídica de um negócio social é empresarial (NOVAK; CARMO; SOUZA, 2015).

“A forma como os negócios sociais estruturam e ofertam seus produtos e serviços a fim de gerar valor socioambiental nos remete ao debate de inovação social” (COMINI, 2016). Neste sentido, permite-se apresentar uma primeira definição de inovação social: refere-se a novas ideias (produtos, serviços e modelos) que atendem às necessidades de um grupo social ao passo que criam relações sociais ou colaborações; ou seja, trata-se de inovações que são boas para a sociedade usufruir e úteis para aumentar a capacidade da sociedade interagir (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2014).

Ao investigarem na literatura modelos do processo de inovação social, Moraes da Silva e Segatto (2020) apontam para uma desconexão entre a estruturação e o papel dos agentes desse processo, ora observada participação internalizada, individual e restrita a um determinado ator, ora caracterizada por um contexto “repleto de intervenções e interações com o exterior”. No modelo teórico explicativo defendido pelos autores, destaca-se um processo de inovação social de caráter colaborativo, onde a capacidade de relacionamento entre governo, investidores, empresas sociais e empresas tradicionais move a engrenagem do ecossistema de inovação social. No entanto, o estudo não cita a universidade como participante desse processo.

Um ecossistema pode ser definido como uma combinação de recursos (financeiro, humanos, sociais e de capital intelectual) e de condições ambientais (políticas públicas, mídia, condições econômicas e sociais), que somados, podem ajudar ou atrapalhar o desenvolvimento do empreendedorismo social (CASE, 2008). Isenberg (2010, 2011) resume a composição de um ecossistema de empreendedorismo a partir de seis elementos

fundamentais: Política, Finanças, Cultura, Mercado, Capital Humano e Mecanismos de Suporte.

A relevância da universidade na produção de inovação é defendida por pesquisadores desde os anos 90. No modelo da Tripla Hélice sugere-se que a inovação está em constante evolução, e novas e complexas relações devem acontecer em três diferentes frentes: universidade, indústria e governo, tendo a universidade como indutora das relações com as empresas e o governo. “As interações universidade-indústria-governo, que formam uma “hélice tríplice” de inovação e empreendedorismo, são a chave para o crescimento econômico e o desenvolvimento social baseados no conhecimento” (ETZKOWITZ; ZHOU, 2017).

Domenich (2018) designa as habilidades de empatia, criatividade, liderança e trabalho em equipe como “fundamentais para despertar o espírito empreendedor e agir em relação às desigualdades” e, ratificam a importância do ecossistema cocriar uma “sociedade de agentes de transformação social positiva”, entendendo o empreendedor social como agente capaz de enfrentar o mundo em constante mudança e propor e desenvolver soluções efetivas para os variados problemas da sociedade.

Nesta direção, Itelvino *et al.* (2018) retratam uma lacuna acadêmica no processo de formação de futuros empreendedores sociais e, como resultado do estudo para compreensão da formação do empreendedor social, fica evidenciada a importância da “aprendizagem pela participação”, ou seja, pelo envolvimento colaborativo dos empreendedores sociais nos espaços e contextos de aprendizagem, como as salas de aula, laboratórios, os núcleos de capacitação, as incubadoras, as comunidades locais, as instituições e os projetos sociais.

A implementação do empreendedorismo social nas instituições de ensino superior se tornou uma tendência global, e cada universidade adota estratégias e estilos próprios para implantar currículos inovadores, como os exemplos do Tecnológico de Monterrey (México), New York University’s Stern School of Business e University of Duke (Estados Unidos), UKM-Graduate Business School (Malásia), Bournemouth University (Reino Unido) e Tata Institute of Social Sciences Mumbai (Índia) (ROSLAN *et al.*, 2020).

Durante entrevista concedida a Kickul *et al.* (2012), Muhammad Yunus (Nobel da Paz em 2006 e referência em negócios sociais) destaca a atuação das universidades na promoção de negócios sociais, e cita os exemplos de casos de sucesso no ensino superior ao redor do mundo, como a Glasgow Caledonian University na Escócia, que sedia o Social Business Centre, o Asian Institute of Technology, que sedia o Yunus Centre AIT na Tailândia, a Kyushu University no Japão, a California State University Channel Islands nos Estados Unidos, a Asian University for Women em Bangladesh e a University of Florence, na França.

A partir da sustentação teórica apresentada, emerge a situação problema deste artigo no formato da seguinte questão: Como as universidades têm atuado no ecossistema de empreendedorismo social? Este artigo tem como objetivo central aprofundar a discussão acerca do papel da universidade como agente ativo no ecossistema de empreendedorismo social.

## 2. METODOLOGIA

Com vistas a explorar as interlocuções entre os conceitos de empreendedorismo social, negócios sociais, inovação social e universidades, e principalmente, aprofundar a discussão a

respeito da operacionalização destes elementos por meio de uma participação efetiva da universidade, foi realizada uma revisão sistemática (SAMPAIO; MANCINI; 2007) a partir da produção científica disponível na base de dados eletrônica Scopus, no mês de julho de 2021. Dois dos principais propósitos de uma revisão sistemática são esclarecer pontos fracos e pontos fortes e resumir grande volume da literatura sobre determinada questão (LANG; SECIC, 2006). Com a finalidade de definir os temas a serem pesquisados foi utilizado o diagrama de Venn, conforme apresentado na Figura 1.

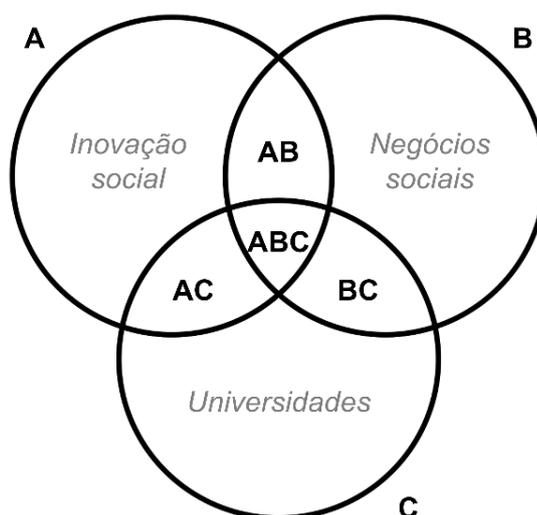


Figura 1 - Diagrama de Venn para a definição dos temas de pesquisa. Fonte: Elaboração própria, 2021.

A partir dos temas definidos, optou-se por uma estratégia de busca nos campos Título, Resumo e Palavras-Chave (TITLE-ABS-KEY), com os seguintes termos: inovação social, negócios sociais e universidades, e seus respectivos tesouros, a saber: empresa social, empreendedorismo social, faculdade e academia. O Quadro 1 apresenta a sistematização da investigação na base Scopus.

Quadro 1 - Estrutura de busca utilizada na base Scopus.

Campos de busca	Operador	Termos
TITLE-ABS-KEY	-	<i>social innovation*</i>
TITLE-ABS-KEY	AND	<i>social business* OR social enterprise* OR social entrepreneur*</i>
TITLE-ABS-KEY	AND	<i>universit* OR college* OR faculty* OR academi*</i>

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Foram encontrados 96 resultados, que foram filtrados pelos critérios: i) apenas documentos já publicados; ii) apenas artigos publicados em periódicos e em anais de eventos; iii) apenas documentos publicados nos últimos 10 anos e, por fim; iv) apenas documentos escritos nos idiomas inglês e espanhol. Dos 66 documentos resultantes, foi realizada a leitura dos títulos a fim de identificar quais, claramente, não tinham relação com o objetivo da busca, 22 documentos foram descartados.

Dos 44 documentos restantes, foi realizada a leitura dos resumos dos artigos e, quando somados aos documentos com acesso restrito, foram descartados mais 31 trabalhos, que não mostraram relação das universidades com o processo de inovação social. De posse do conjunto final com 13 artigos, foi realizada uma leitura criteriosa dos mesmos e então preparado um resumo crítico de cada artigo, com o propósito de conhecer o estado do arte do universo científico já publicado. Um resumo da aplicação dos filtros, das atividades de pesquisa e dos respectivos números de documentos resultantes está apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 - Filtros aplicados nos resultados da pesquisa sistemática.

Etapa	Filtros	Resultados	
		Antes	Depois
1	Estratégia de busca inicial	-	96
2	i. Documentos já publicados; ii. Artigos publicados em periódicos e em anais de eventos; iii. Publicações a partir do ano de 2012; iv. Idiomas inglês e espanhol.	96	66
3	Leitura dos títulos	66	44
4	i. Leitura dos resumos; ii. Documentos sem acesso restrito.	44	13
5	Leitura do artigo completo	13	-

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Por fim, foi construída uma consolidação dos resultados a partir da categorização do perfil de atuação (proponente ou participante) da universidade dentro do ecossistema empreendedorismo social, e do produto, ou serviço, gerado a partir dessa participação. Quando a universidade atuou diretamente no processo formativo dos alunos nas temáticas de inovação social e/ou empreendedorismo social, seja pela curricularização dessas temáticas nas matrizes curriculares dos cursos de graduação, seja pela realização de programas de capacitação de pequena duração, adotou-se a classificação de *universidade proponente*.

Quando a universidade atuou na promoção da inovação social e/ou do empreendedorismo social a partir da realização/participação de eventos e desafios acadêmicos, editais de fomentos e/ou pela disponibilização de infraestrutura, envolvendo os alunos e professores, adotou-se a classificação de *universidade apoiadora*.

Para os artigos cujas pesquisas utilizaram como método revisões sistemáticas ou que não objetivaram investigações empíricas, sob o ponto de vista central da atuação da universidade no ecossistema de empreendedorismo social, adotou-se a classificação “não se aplica” (NSA).

### 3. RESULTADOS

Campo, Reyes e Barros (2021) analisaram o compromisso da University of La Guajira, Colômbia, na capacitação discente em temáticas de empreendedorismo social. A análise foi direcionada a partir da observação de três componentes: iniciativa social, inovação social e criação de valor compartilhado, em uma amostra de 55 alunos da universidade. Os autores concluíram que a universidade, em consonância com a Lei 1014/2006 que define as diretrizes para o fomento de uma cultura empreendedora na Colômbia, promove o empreendedorismo social por meio dos professores capacitados, conteúdos curriculares atualizados e ação integrada com o centro universitário de empreendedorismo e desenvolvimento empresarial e, desta forma, preparam os jovens para serem agentes de transformação social.

Unceta, Guerra e Barandiaran (2021) estudaram o Students4Change (S4C), uma iniciativa internacional criada para inserir a inovação social e os negócios sociais no currículo das universidades latino-americanas, com o objetivo central de melhorar os programas acadêmicos a ponto de formar atores para desenvolverem inovações sociais. Com início em 2016 e término em 2019, o S4C foi implementado sobre 7 objetivos específicos: 1) implementar um modelo educacional de capacitação discente em empreendedorismo e inovação social; 2) treinar o corpo docente em empreendedorismo e inovação social; 3) implementar metodologias para facilitar o entendimento, e a formulação de soluções, dos alunos acerca das demandas da sociedade; 4) construir e implementar um modelo para acompanhar a formação dessas competências enquanto componente curricular; 5) construir e implementar um políticas e processos para integrar todos os setores de uma universidade a fim de fomentar a inovação social; 6) estabelecer parcerias entre as universidade da América Latina e Europa; e, por fim 7) fortalecer as incubadoras sociais dentro das universidades. Apesar dos avanços trazidos pelo S4C, os autores concluíram que as universidades precisam formalizar uma estrutura curricular, além de serem treinadas para essa finalidade, a fim de promoverem inovações sociais.

Para Roslan *et al.* (2020), a falta de entendimento conceitual acerca do empreendedorismo social dificulta sobremaneira a inserção desse assunto nos currículos universitários. A partir de uma revisão sistemática, os autores identificaram quatro principais desafios quando da implementação do empreendedorismo social no ensino superior: 1) Estruturação de um plano de curso dedicado ao empreendedorismo social; 2) Orçamento para ações educativas e para o financiamento de inovações sociais; 3) Professores com experiência na área, e; 4) Ambiente universitário que estimula os estudantes a se aproximarem das questões sociais locais e a proporem soluções para tais demandas. “A criação de uma atmosfera de aprendizado com suporte de uma rede de parceiros gera um ambiente inovador e competitivo para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras nos estudantes”.

Saha e Sáha (2020) construíram um *framework* para explorar o papel das “universidades empreendedoras” na criação de valor social, proveniente do fomento ao empreendedorismo social e à inovação social. Os autores reforçam a ideia de uma universidade inclusiva, aquela que cria consciência social a partir da promoção de inovações sociais e estimula a cultura empreendedora dentro e fora dos seus muros, atuando em parceria com o governo e a indústria. “Este estudo evidencia que o caráter inventivo das universidades empreendedoras é um instrumento influente para promover e desenvolver uma sociedade baseada no conhecimento, competitiva, inovadora e que progride socialmente”, concluem os autores.

Sunio, Laperal e Mateo-Babiano (2020) analisaram o caso da UP Bike Share (UPBS), um negócio social de compartilhamento de bicicletas que surgiu dentro da Universidade das Filipinas, na cidade de Quezon. Diferentemente de modelos comumente difundidos para o compartilhamento de veículos, seja a partir da iniciativa privada (negócios tradicionais), seja por responsabilidade da iniciativa pública ou geridos por meio de organizações não-governamentais, a UPBS é fruto do empreendedorismo social com origem no ecossistema universitário, cujo modelo de negócios foi o único a alcançar a sustentabilidade financeira dentro das Filipinas, além de trabalhar demandas sociais sobre mobilidade e preservação ambiental.

Baek, Kim e Harimoto (2019) investigaram os impactos causados por diferenças culturais na condução de um projeto de inovação com colaboração internacional. Designers da Proximity Designs, negócio social localizado em Myanmar, em parceria com estudantes de engenharia da Ulsan National Institute of Science and Technology (UNIST), Coreia do Sul, desenvolveram um sensor para que, a partir do monitoramento de parâmetros do solo, sejam realizadas ações mais assertivas no plantio e na colheita, conhecido como agricultura de precisão. Esse aumento de eficiência possibilita maior volume de produção, conciliado com a redução de custos operacionais. Para a equipe de Myanmar, considera-se que foi criada uma inovação social, visto que o sistema pode contribuir para a redução da pobreza nas localidades daquele país, já para o time de Coreia do Sul, o mesmo sistema é considerado uma inovação tecnológica, visto que as fazendas coreanas já funcionam com técnicas minimamente organizadas de produção.

Rahman, Ismail e Sahid (2019) fizeram um estudo com 742 estudantes de universidades públicas e privadas na Malásia com o objetivo de analisar três pilares estratégicos no contexto do empreendedorismo social: a construção da personalidade empreendedora, o desenvolvimento de conhecimento e de habilidades empreendedoras, e a disponibilidade de uma rede de apoio ao empreendedorismo social. Os resultados evidenciaram que a duração do contato dos estudantes com atividades empreendedoras interfere diretamente no desenvolvimento dos pilares estratégicos nesses alunos, logo, as universidades devem identificar e planejar as melhores abordagens para fomentar a criação de inovações sociais.

Wong *et al.* (2019) estudaram a dinâmica da inovação social dentro do empreendedorismo acadêmico em Taiwan, a partir de dois negócios sociais: o OurCityLove, da Universidade Nacional de Chia Tung, e a Forest app, da Universidade Nacional de Tsing Hua. Os autores mostraram a importância de as universidades direcionarem ao mercado as atividades acadêmicas de pesquisa e extensão, do investimento em infraestrutura tecnológica e da realização de programas de fomento ao empreendedorismo social para apoiar alunos e pesquisadores no desenvolvimento de negócios que geram impacto local e que sejam sustentáveis financeiramente.

Calvo, Morales e Wade (2018) se propuseram a avaliar a efetividade de um programa de capacitação em negócios sociais. Criado a partir da colaboração internacional entre a London Middlesex University, uma das principais escolas de negócios do Reino Unido, a incubadora de negócios sociais Living in Minca e o laboratório de inovação social da Jindal Global University, em Nova Deli na Índia, o The FutureLearn (FL) Social Enterprise Program é um conjunto de três cursos MOOC (Massive Open Online Course). Os MOOCs são oferecidos de forma online e gratuita a um grande número de pessoas por meio de um ambiente virtual de aprendizagem (AVA). Os autores identificaram impactos positivos no que diz respeito à mudança de comportamento dos alunos e na geração de oportunidades profissionais para indivíduos e empresas que passaram pelo FutureLearn.

Ngui, Voon e Lee (2017) conduziram um estudo de caso na Swinburne University of Technology (Malásia), com o objetivo de mensurar os impactos e os resultados do Service Learning na disciplina de Estágio em Inovação Social. “O Service Learning é uma metodologia ativa de ensino e aprendizagem, que promove o desenvolvimento dos alunos por meio da aplicação prática do conhecimento adquirido em sala de aula.” (PUCRS, 2021). A disciplina em questão aborda conceitos e práticas sobre empreendedorismo social e trabalho comunitário, onde a partir de seminários, projetos e trabalho de campo os alunos aprendem a gerir negócios sociais. Os autores mostraram que o Service Learning realmente funciona como um mecanismo de conexão entre universidade e comunidade, aumentando o engajamento dos alunos para com as demandas sociais e promovendo melhoria na qualidade de vida da comunidade (NGUI; VON; LEE, 2017).

Cetindamar (2016) realizou uma busca sistematizada com o objetivo de explorar as nuances do processo de inovação social dentro das universidades e as características das atividades de transferência de tecnologia para o setor social. Esse setor foi definido pelo autor como um conjunto de negócios sociais, organizações não-governamentais, agências de governo e empresas tradicionais. O estudo conclui que as universidades devem incorporar o processo de inovação social em suas missões institucionais, solidificando a vertente de inovação tecnológica e transferindo tecnologia para o mercado, e configurando um novo papel de atuação frente à sociedade.

Lo (2014) estudaram o negócio social Eat Me!, responsável pela criação de uma inovação social que busca sustentabilidade social e ambiental ao incentivar comunidades locais a cultivarem e compartilharem frutas e vegetais. Premiada internacionalmente, a Eat Me! teve sua concepção na maratona de design Lufbra Service Design Jam, organizada pela Loughborough University London em parceria com a empresa de tecnologia Deloitte Digital UK. “A Eat Me! é um caso de sucesso de negócio social fruto da colaboração universidade-indústria.”

Almeida, de Mello e Etzkowitz (2012) utilizaram o modelo da Hélice Tripla para explorar o papel das incubadoras brasileiras que atuam na formação e capacitação de cooperativas, em um movimento liderado por universidades. Os autores cunharam o termo “*brazilian cooperative incubador*”, onde essas incubadoras operam na interseção entre as esferas de governo (local, regional e nacional), academia e indústria, como uma “reinterpretação criativa do modelo de incubadora de empresas”, porém com o foco na promoção do processo de inovação social em cooperativas. Os autores destacam que a proximidade entre as incubadoras sociais e as universidades facilita a interlocução com demais atores do ecossistema de empreendedorismo social, resultando em um suporte mais sólido para as cooperativas, além de garantir a independência delas para com as esferas de governo.

O Quadro 3 apresenta uma categorização do perfil de atuação das universidades no ecossistema de empreendedorismo social, bem como os produtos/serviços derivados dessa intervenção. Em quatro artigos a universidade é classificada como proponente, em cinco artigos como universidade apoiadora e NSA para quatro artigos.

Quadro 3 - Classificação da universidade quanto ao tipo de atuação e o produto/serviço gerado.

Autores	Atuação da universidade	Produtos/serviços
---------	-------------------------	-------------------

Campo, Reyes e Barros (2021)	Proponente	Capacitação discente por meio da curricularização do empreendedorismo social no ensino superior.
Unceta, Guerra e Barandiaran (2021)	Proponente	Capacitação discente por meio de iniciativa internacional (Students4Change).
Roslan <i>et al.</i> (2020)	NSA	Revisão sistemática sobre os desafios do empreendedorismo social no ensino superior.
Saha e Sáha (2020)	NSA	<i>Framework</i> para avaliação de criação de valor por parte das universidades empreendedoras.
Sunio, Laperal e Mateo-Babiano (2020)	Apoiadora	Negócio social de compartilhamento de bicicletas (UP Bike Share).
Baek, Kim e Harimoto (2019)	Apoiadora	Sensor para agricultura de precisão.
Rahman, Ismail e Sahid (2019)	NSA	Pesquisa com estudantes sobre os desafios do ecossistema de empreendedorismo social.
Wong <i>et al.</i> (2019)	Apoiadora	Negócios sociais para auxiliar em questões de acessibilidade e sustentabilidade (OurCityLove e Forest App).
Calvo, Morales e Wade (2018)	Proponente	Capacitação via parceria internacional com cursos MOOC (The FutureLearn).
Ngui, Voon e Lee (2017)	Proponente	Capacitação discente a partir de metodologia ativa (Service Learning).
Cetindamar (2016)	NSA	Revisão sistematizada sobre o processo de inovação social dentro das universidades.
Lo (2014)	Apoiadora	Negócio social focado em cultivo de frutas e legumes (Eat Me!).
Almeida, de Mello e Etzkowitz (2012)	Apoiadora	Incubadoras sociais centradas em cooperativas.

Fonte: Elaboração própria, 2021.

#### 4. DISCUSSÃO

Os resultados apresentados, de forma geral, reiteram a visão de Dobele (2016) sobre a importância de as universidades desenvolverem a consciência social, a criatividade e a

sensibilidade nos estudantes, de forma a moldar habilidades e atitudes empreendedoras para que os jovens produzam soluções inovadoras frente aos problemas sociais.

Ainda nessa direção, as experiências educacionais estudadas por Campo, Reyes e Barros (2021), Unceta, Guerra e Barandiaran (2021), Calvo, Morales e Wade (2018) e Ngui, Voon e Lee (2017) reafirmam a necessidade da universidade se reinventar, visto que “O comportamento dos estudantes tem mudado radicalmente, o que nos leva a crer que os sistemas educacionais vigentes devem ser (re)pensados, a fim de compreender, criar e utilizar ambientes de aprendizagem com a qualidade requerida” (ELMÔR FILHO, 2019). Essas experiências também dialogam proporcionalmente com Fava (2018) ao defender que os sistemas educacionais devem priorizar competências e não conteúdos, devem desenvolver criatividade, pensamento crítico, comunicação e colaboração, e devem ser ensinadas habilidades de ajudar as pessoas a viver, trabalhar melhor e construir um mundo mais humano e sustentável.

Os negócios sociais UP Bike Share, OurCityLove, Forest App e Eat Me!, estudados respectivamente por Sunio, Laperal e Mateo-Babiano (2020), Wong *et al.* (2019) e Lo (2014), reforçam o pensamento de Elmôr Filho (2019) que pondera que a formulação de políticas e propostas educacionais deve fazer frente aos desafios sociais, econômicos e ambientais da atualidade, e deve levar em consideração que os estudantes da geração Z possuem consigo uma grande diversidade de projetos de futuro. Ainda nessa linha, estas soluções comprovam o potencial dos empreendedores sociais em se tornarem agentes de uma transformação social positiva, pois conforme Domenich (2018) esses empreendedores são motivados a enfrentar o mundo em constante mudança e propor e desenvolver soluções efetivas para os variados problemas da sociedade.

## 5. CONCLUSÕES

À medida que a lógica empresarial da sustentabilidade financeira e do propósito social tornam-se compreendidos por diversos setores da sociedade, nas faculdades os estudantes poderão escolher em qual modelo de organização querem trabalhar e/ou investir, seja nos negócios tradicionais ou nos negócios sociais. Ainda nos bancos escolares e nas universidades, os jovens começarão a usar seus talentos para projetar soluções e criar negócios sociais, individuais ou coletivamente (YUNUS, 2010).

Diante do exposto, é permitido considerar como inegável o potencial dos alunos do ensino superior para se inserirem no contexto social local e criarem soluções inovadoras perante as demandas da sociedade. Também é lícito destacar a habilitação das universidades para construírem competências empreendedoras nos estudantes, além da capacidade dessas instituições assumirem papel de liderança e/ou articulação de redes de trabalho para com diversos atores do ecossistema de empreendedorismo social.

## 6. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M.; DE MELLO, J. M. C.; ETZKOWITZ, H. Social innovation in a developing country: invention and diffusion of the Brazilian cooperative incubator. **International Journal of Technology and Globalisation**, v. 6, n. 3, p. 206-224, 2012. Disponível em:

<https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJTG.2012.048326>. Acesso em: 29 maio 2021

BAEK, J. S.; KIM, S.; HARIMOTO, T. The effect of cultural differences on a distant collaboration for social innovation: a case study of designing for precision farming in Myanmar and South Korea. **Design and Culture**, v. 11, n. 1, p. 37-58, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17547075.2019.1565400>. Acesso em: 7 jun. 2021.

CALVO, S.; MORALES, A.; WADE, J. The use of MOOCs in social enterprise education: An evaluation of a North–South collaborative FutureLearn program. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 31, n. 3, p. 201-223, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08276331.2018.1453241?journalCode=rsbe20>. Acesso em: 7 jun. 2021.

CAMPO, N. C.; REYES, C. J. P.; BARROS, H. S. Formación del emprendimiento social: Compromiso de la Universidad de la Guajira en Colombia. **Revista de ciencias sociales**, v. 27, n. 1, p. 216-229, 2021. Disponível em: <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/35308>. Acesso em: 2 jun. 2021.

CASE (2008). Developing the Field of Social Entrepreneurship. A Report from the Center for the Advanced of Social Entrepreneurship (CASE): The Fuqua School of Business, 2008. Disponível em: <https://community-wealth.org/sites/clone.community-wealth.org/files/downloads/paper-case.pdf>. Acesso em: 10 de jun. 2021.

CETINDAMAR, D. A new role for universities: technology transfer for social innovations. In: **2016 Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET)**. IEEE, 2016. p. 290-295. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7806591>. Acesso em: 12 jun. 2021.

COMINI, G. M. **Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras**. 2016. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/livredocencia/12/tde-15122016-143942/fr.php>. Acesso em: 8 jun. 2021.

DOBELE, L. A new approach in higher education: Social entrepreneurship education. **Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century**, p. 227, 2016. Disponível em: <https://econpapers.repec.org/bookchap/pkkmeb016/227-238.htm>. Acesso em: 8 jun. 2021.

DOMENICH, M. Prefácio. In: ANASTACIO, Mari Regina; CRUZ FILHO, Paulo R. A.; MARINS, James (Orgs). **Empreendedorismo social e inovação no contexto brasileiro**. Curitiba: PUCPRESS, 2018.

ELMÔR FILHO *et al.* **Uma nova sala de aula é possível: aprendizagem ativa na educação em engenharia**. Rio de Janeiro: LTC, 2019.

ETZKOWITZ, H.; ZHOU, C. Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. **Estudos avançados**, v. 31, n. 90, p. 23-48, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/137883>. Acesso em: 28 abr. 2021.

- FAVA, R. **Trabalho, educação e inteligência artificial: a era do indivíduo versátil**. Penso Editora, 2018.
- ISENBERG, D. J. How to start an entrepreneurial revolution. **Harvard business review**, v. 88, n. 6, p. 40-50, 2010. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5419320/mod\\_resource/content/1/Harvard-Ecosystem.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5419320/mod_resource/content/1/Harvard-Ecosystem.pdf). Acesso em: 10 jun. 2021.
- ISENBERG, D. J. The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. **Presentation at the Institute of International and European Affairs**, v. 1, n. 781, p. 1-13, 2011. Disponível em: <http://www.innovationamerica.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- ITELVINO, L. S. *et al.* Formação do empreendedor social e a educação formal e não formal: um estudo a partir de narrativas de história de vida. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, v. 26, n. 99, p. 471-504, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ensaio/a/zQFKDmQ9DqxLHNKf5dtGCWP/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 9 maio 2021.
- KICKUL, J. *et al.* Social business education: An interview with Nobel laureate Muhammad Yunus. **Academy of Management Learning & Education**, v. 11, n. 3, p. 453-462, 2012. Disponível em: <https://journals.aom.org/doi/10.5465/amle.2011.0500>. Acesso em: 15 jun. 2021.
- LANG, T. A.; SECIC, M. **How to report statistics in medicine: annotated guidelines for authors, editors, and reviewers**. ACP Press, 2006.
- LO, K. P. Yi. Hybrid Touchpoints for Relational Service in Social Innovation: A Case Study of “Eat Me!”. **DS 81: Proceedings of NordDesign 2014, Espoo, Finland 27-29th August 2014**, 2014. Disponível em: <https://www.designsociety.org/publication/36288/Hybrid+Touchpoints+for+Relational+Service+in+Social+Innovation%3A+A+Case+Study+of+%E2%80%9CEat+Me%21%E2%80%9D>. Acesso em: 9 maio 2021.
- MORAIS DA SILVA, R. L.; SEGATTO, A. P. Por Dentro da Caixa Preta da Inovação Social: Proposição de um Modelo Teórico-Explicativo Sobre o seu Processo de Desenvolvimento e Sugestões para Pesquisas Futuras. **Revista de Administração IMED**, Passo Fundo, v. 10, n. 1, p. 3-22, 2020. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/raimed/article/view/3535>. Acesso em: 11 jun. 2021.
- MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The Open Book of Social Innovation**. Nesta, 2010.
- NGUI, K. S.; VOON, M. L.; LEE, M. H. Integrating community engagement with management education. **Education+ Training**, 2017. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1145533>. Acesso em: 8 jun. 2021.
- NOVAK, A. S.; CARMO, F. J. O.; SOUZA, L. M. Aspectos Jurídicos dos negócios sociais: noções gerais. In: SANTANA, Ana Lúcia Jansen de Mello; SOUZA, Leandro Martins (Orgs). **Empreendedorismo com foco em negócios sociais**. Curitiba: NITS UFPR, 2015, 172 p.

- PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016.
- RAHMAN, R. S. A. R. A.; ISMAIL, M. F.; SAHID, S. Strategic domains of social entrepreneurship among students in Malaysian higher education institutions. **Academy of Strategic Management Journal**, v. 18, n. 1, p. 1-7, 2019. Disponível: <https://www.abacademies.org/articles/Strategic-domains-of-social-entrepreneurship-among-students-in-malaysian-higher-education-institutions-1939-6104-18-1-310.pdf>. Acesso em: 27 maio 2021.
- ROSLAN, M. H. H. *et al.* Social entrepreneurship in higher education: challenges and opportunities. **Asia Pacific Journal of Education**, p. 1-17, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02188791.2020.1859354?journalCode=cape20>. Acesso em: 2 jun. 2021.
- SAHA, N.; SÁHA, P. Entrepreneurial Universities Inclusive Perspective: Does it Trigger Social Innovation Process and Entrepreneurship?. In: **European Conference on Innovation and Entrepreneurship**. Academic Conferences International Limited, 2020. p. 568-XXI. Disponível em: <https://publikace.k.utb.cz/handle/10563/1010078>. Acesso em: 15 jun. 2021.
- SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Brazilian Journal of Physical Therapy**, v. 11, n. 1, p. 83-89, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbftis/a/79nG9Vvk3syHhnSgY7VsB6jG/?lang=pt>. Acesso em: 27 maio 2021.
- SPIETH, P. *et al.* Value drivers of social businesses: A business model perspective. **Long Range Planning**, v. 52, n. 3, p. 427-444, 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0024630117303047>. Acesso em: 9 jun. 2021.
- SUNIO, V.; LAPERAL, M.; MATEO-BABIANO, I. Social enterprise as catalyst of transformation in the micro-mobility sector. **Transportation Research Part A: Policy and Practice**, v. 138, p. 145-157, 2020. Disponível: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0965856420306091>. Acesso em: 27 maio 2021.
- TYKKYLÄINEN, S.; RITALA, P. Business model innovation in social enterprises: An activity system perspective. **Journal of Business Research**, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320300552>. Acesso em: 27 maio 2021.
- UNCETA, A.; GUERRA, I.; BARANDIARAN, X. Integrating Social Innovation into the Curriculum of Higher Education Institutions in Latin America: Insights from the Students4Change Project. **Sustainability**, v. 13, n. 10, p. 5378, 2021. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/10/5378>. Acesso em: 9 jun. 2021.
- VILLIS, U.; STRACK, R. **The power of social business**: Lessons from corporate engagements with Grameen. The Boston Consulting Group, Inc. 2013.
- WONG, C. Y. *et al.* Academic entrepreneurship for social innovation in Taiwan: The cases of the ourcitylove platform and the forest app. **Science, Technology and Society**, v. 24, n. 3, p.

446-464, 2019. Disponível em:  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0971721819873182>. Acesso em: 29 abr. 2021.

YUNUS, M. **Building social business**: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. PublicAffairs, 2010.

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. Building social business models: Lessons from the Grameen experience. **Long range planning**, v. 43, n. 2-3, p. 308-325, 2010. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0024630109001290>. Acesso em: 9 jun. 2021.