

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: DIFERENTES CONCEITOS E UM MESMO OBJETIVO

Vitoria Minto Pinatto
Graduação em Gestão do Agronegócio - UNICAMP
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)
vpinatto@gmail.com

Christiano França da Cunha
Doutor em Administração – Universidade de São Paulo (USP)
Programa de Mestrado e Doutorado em Administração - UNICAMP
christiano.cunha@fca.unicamp.br

04 – Negócios Sociais e Desenvolvimento Econômico

06 – Sustentabilidade Econômica e Socioambiental

Resumo

Este trabalho teve como objetivo realizar uma revisão de autores nacionais e internacionais, dos conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo social e negócios sociais. Este levantamento teve o foco de melhor definir como estes conceitos podem e devem ser aplicados ao empreendedorismo social no Brasil, mostrando a evolução destes conceitos no país desde a década de 1990, dada a sua importância nacional devido a carência por mais negócios que impactem positivamente nossa sociedade. Nas considerações finais nota-se que ampliou-se o conhecimento deste três conceitos, através desta revisão de literatura, possibilitando que potenciais futuros empreendedores sociais e/ou futuras pesquisas sobre este tema no Brasil possam já ter uma base inicial para o seu futuro aprofundamento.

Palavras-chave: negócios sociais; empreendedorismo social; empreendedor; inovação; sustentabilidade econômica.

Introdução

Para Parente et al. (2011) o empreendedorismo social é importante no Brasil devido a incapacidade das instituições governamentais em solucionar problemas. Por isso nota-se que o seu crescimento no Brasil e também na América Latina, devido a busca por redução de pobreza e do desemprego; e melhor distribuição de renda (BÁRCENA et. al, 2012). Mas como este conceito vem sendo pesquisado academicamente? Com este objetivo foi feita uma revisão de artigos e livros nacionais e internacionais sobre este tema.

Empreendedorismo

O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, atuando na mudança na economia, melhorando a qualidade de vida de uma população e assim contribuindo no desenvolvimento econômico do país (SCHUMPETER, 1934; DEGEN, 1989).

Para Dolabela (1999) o empreendedor gera riqueza e conhecimento, o qual é transformado produtos/serviços, inovando em diversas áreas como marketing ou produção. Para isso assume riscos; tem criatividade e iniciativa; inova; assume grandes responsabilidades; é ambicioso; e busca alcançar seus sonhos (Quadro 1).

Quadro 1: Características dos empreendedores

Características
Persistência e tenacidade
Capacidade de tolerar ambiguidade e incerteza
Fazem bom uso de recursos
Correm riscos moderados
Imaginativos, curiosos e criativos
Voltam-se para resultados

Fonte: Adaptado de Filion (2000, p. 3)

Machado; Nassif (2014) relata que desde 1990 pesquisadores tem se importado com as abordagens teóricas sobre o empreendedorismo e no Brasil não foi diferente, na mesma década publicações sobre o tema intensificaram, resultado de pesquisas de instituições de ensino superior e de pós-graduação.

Empreendedorismo Social

Para Mair e Marti (2005) o conceito de empreendedorismo social é pouco definido. Já Oliveira (2004) afirma que o conceito vem causando impacto e tendo maior notoriedade na mídia contribuindo para a adesão da sociedade. O quadro 2 relata algumas definições do termo empreendedorismo social.

Quadro 2: Definições de empreendedorismo social

Autor / Ano	Definição
Alvord, Brown e Letts (2004)	Empreendedorismo social cria soluções inovadoras para problemas sociais imediatos e mobiliza as ideias, capacidades, recursos e arranjos sociais

	necessários para transformações sociais sustentáveis.
Said Business School (2005)	Empreendedorismo social pode ser definido como uma abordagem profissional, inovadora e sustentável para mudança sistêmica que resolve falhas no mercado social e aproveita oportunidades.
Mort, Weerawardena, e Carnegie (2002)	Empreendedorismo social é uma construção multidimensional envolvendo a expressão do comportamento empreendedor virtuoso para alcançar a missão social, uma unidade de propósito e ação coerente diante a uma complexidade moral a habilidade de conhecer valor social, criando oportunidades e tomada de decisão chave características de inovação, proatividade e tomada de risco.

Fonte: Mair e Marti (2005, p. 4, tradução nossa)

Para Oliveira (2004) a abordagem do tema é recente, mas sua essência é antiga. Especialistas apontam Gandhi e Luther King como empreendedores sociais devido a liderança e mudanças em larga escalas. O quadro 3 mostra as diferenças entre empreendedorismo social e empresarial.

Quadro 3: Diferenças entre empreendedorismo empresarial e social.

Empreendedorismo Empresarial	Empreendedorismo Social
É individual	É coletivo
Produce bens e serviços	Produce bens e serviços à comunidade
Tem foco no mercado	Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o impacto social
Visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	Visa respeitar pessoas da situação de risco social e promovê-las

Fonte: Adaptado de Melo Neto e Fróes (2002, p.11)

As características de um empreendimento social são: inovador; realizável; autossustentável; envolver vários segmentos e a sociedade; impactar a sociedade positivamente e seus resultados sejam avaliados (OLIVEIRA, 2004).

O quadro 4 apresenta a diferentes definições de empreendedor social. Nota-se que um empreendedor social tem características similares aos empresariais, porém promovem mudanças e inovações sociais, e tem sentimento de inconformismo e crítica diante das inadequações sociais do país (OLIVEIRA, 2004).

Quadro 4: Definições de Empreendedorismo Social

Organização	Entendimento
School Social Entrepreneurship - SSE, UK-Reino Unido	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'."
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	"Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias."
Ashoka, EUA	"Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história."

Fonte: Adaptado Oliveira (2004, p. 11)

Este mesmo autor afirma que a criação de capital social, o espírito individualista e oportunista da sociedade brasileira dificulta a geração de capital social e que essa problemática está enraizada no Brasil, que carrega individualidade e dificuldade em pensar no coletivo, apesar do brasileiro ter o espírito de solidariedade. Por isso deve-se estimular a capacidade/aprendizado da população em ser cooperativo e de se associar. Para isso existem organizações que difundem direta ou indiretamente o empreendedorismo social no Brasil (Quadro 5).

Quadro 5: Organizações que disseminam o empreendedorismo social no Brasil

Organizações (Fundação)	Objetivos	Natureza	Estratégias	Produção	Grau de Disseminação
ASHOKA (1986; São Paulo/SP)	Criar a profissão de empreendedor social e apoiar empreendedores sociais, profissionalizar	Organização não governamental sem fins lucrativos	Centro de capacitação: eventos cursos, site. Prêmio Empreendedor social. Sustento de projeto	de Livros Artigos Entrevistas	Direto

	o trabalho de gestão no terceiro setor		empreendedores sociais por três anos.			
ACADEMIA SOCIAL (1995; Recife-PE)	Tornar a ONG, sem fins lucrativos humana em transformação social.		Formação Informação Serviços Incubadora Social de Jovens Cursos para o Terceiro Setor Eventos Campanhas	Clipping do Terceiro Setor Artigos	Direto	
CEATS/FEA/USP (1998; São Paulo/SP)	Atividade de educação superior, capacitação profissional, estudos e pesquisas, apoio consultivo e serviços de extensão às organizações da sociedade civil, do mercado e do Estado.”	ONG, sem fins lucrativos, ligada a USP SP	Pesquisa Consultoria Cursos Eventos	Livro Artigos Pesquisas	Indireto	
ENE/UFSC (1992; Florianópolis/S C)	Desenvolver atividades de disseminação do empreendedoris mo, através de cursos, consultorias, eventos e publicações e outras atividades.	ONG, sem fins lucrativos, ligada a UFSC, engenharia de produção	Pesquisas Consultoria Eventos Cursos	Canais dos eventos Artigos	Direto	
FENEAD (1995; São Paulo/SP)	Despertar nos estudantes de administração seu papel de	ONG, sem fins lucrativos, ligada a UFSC, engenharia de	Prêmio Nacional FENEAD de inovação para o	Site Artigos	Indireto	

	agente transformador	produção	Setor			
FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL (1985; Brasília/DF)	Apoio e investimento em tecnologias e ações sociais para o desenvolviment o social e local.	Fundação, ligada ao BB	Banco de Tecnologias sociais	de Site Artigos Indireto	de Entrevistas	
CETS/FGV (1994; São Paulo/SP)	Realizar atividades de ensino, pesquisa, treinamento, consultoria e assessoria a organizações do Terceiro Setor, quanto aos processos de gestão.	ONG, sem fins lucrativos, ligada a UFSC, engenharia de produção -	Pesquisa Consultoria Base de dados Cursos Pós	Artigos Site Indireto	de Pesquisa	
SOCIALTEC (2000; São Paulo/SP)	Disponibilizar conhecimento e informação para empreendedores sociais, ênfase no marketing social	ONG, sem fins lucrativos, ligada a UFSC, engenharia de produção -	Pesquisa Consultoria Base de dados	Artigos Site Indireto	de Pesquisa	

Fonte: Adaptado de Oliveira (2004, p. 242)

O quadro 5 apresenta dois graus de disseminação diferentes, “direto” em que colaboram diretamente com empreendimentos sociais; e tem integração na produção; e “indireto” não tem relação direta, porém possuem características, estratégias iguais as do empreendedorismo social (OLIVEIRA, 2004).

Neste sentido observa-se que um outro conceito deve ser analisado: negócio social. Este é um empreendimento concebido para resolver um problema social, gerando renda suficiente para cobrir suas próprias despesas e reinvestindo os seus excedentes na expansão e melhorias deste negócio (YUNUS, 2010). Wilson e Post (2013) expõem que estes estão entre

a síntese da criação de valor social e valor econômico, englobando dois objetivos que são vistos como contraditórios: a de gerar lucro e a de causar impacto a uma sociedade menos favorecida e carente (Quadro 6).

Quadro 6: Negócios Sociais

	ONGs/Filantropias	Negócios Sociais	Negócios Tradicionais
Objetivo	Maximização do Impacto Social	Maximização do Impacto Social	Maximização de Lucros
Meios	Doações	Autossustentável	Autossustentável

Fonte: Adaptado de YUNUS, 2010

A Figura 1 mostra a variedade de modelos de negócios. Os negócios sociais está em uma vertente mais alinhada à missão de impacto social e ao de autossustentável financeiramente.

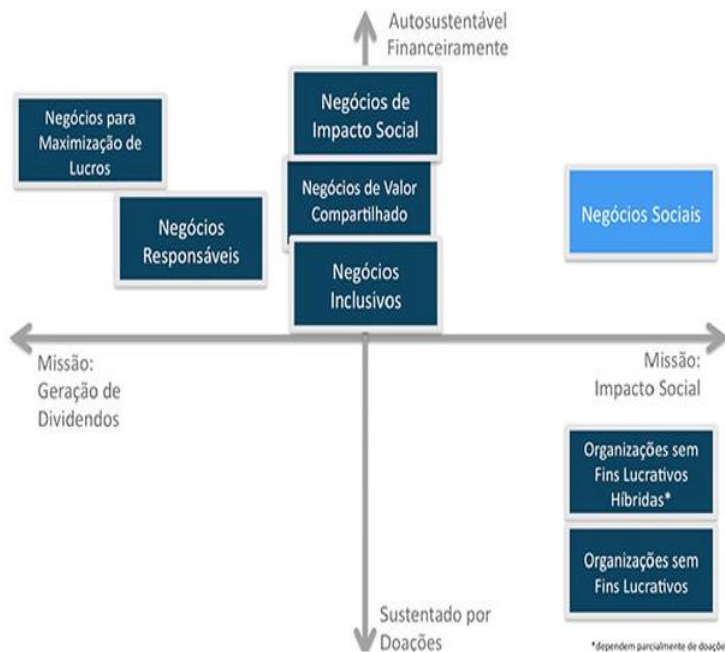


Figura 1: Diferentes modelos de negócios

Fonte: YUNUS, 2016

Nota-se que existem diferenças nos conceitos e nas características entre negócios sociais e negócios inclusivos, por isso observa-se esta distinção no Quadro 7.

Quadro 7: Taxonomia dos negócios com impacto social

Negócios com impacto social		
	Negócio social	Negócio inclusivo
Produtos ou serviços	Solucionem problemas ligados a pobreza (educação, saúde, habitação ou serviços financeiros), ao meio ambiente e aos portadores de necessidades especiais.	Qualquer produto ou serviço, desde que inclua a população de baixa renda no processo de produção, fornecimento ou distribuição.
Clientes	Preferencialmente pessoas de baixa renda.	Qualquer cliente: consumidores finais de qualquer classe social, ou ainda empresas que adquirem os produtos/ serviços.
Estrutura de lucros	Visa lucros (para investir na própria empresa)	Visa lucros, há distribuição de dividendos.

Fonte: Adaptado de PETRINI; SCHERER ; BACK, 2016

Considerações finais

Observa-se que o empreendedorismo social vem evoluído em quantidade de pesquisa acadêmica e clareza de seus objetivos e suas finalidades, clareando a confusão inicial de conceitos na literatura. Neste sentido este trabalho almejou reduzir ainda mais esta confusão, para assim possibilitar que esta falta de clareza não mais seja algo que impeça o crescimento do empreendedorismo social no Brasil, algo fundamental para nosso país, visto que temos diversas oportunidades de atuação deste tipo de empreendedorismo em nosso país para assim melhorar cada vez mais nossa sociedade.

Referências

BÁRCENA, A. et al. Panorama Social de América Latina. **Santiago de Chile: United Nations Publications**, 2012.

- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7. Jul./Set. 2000.
- MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. J. *Entrepreneurs: Reflections on Historical and Contemporary Concepts*. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 892-899, 2014.
- MAIR, J.; MARTÍ, I. *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight*. **Journal of World Business**, v.41, n.1, p. 36-44. 2005
- MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2004. 538 f. Tese (Doutorado) - Curso de Historia, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Franca, 2004.
- PARENTE, C. et al. Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. In: **XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização**, 2011.
- PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 209, 2016.
- SCHUMPETER, J. A. *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. New York: Transaction publishers, 1934.
- WILSON, F.; POST, J. E. Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. **Small Business Economics: An Entrepreneurship Journal**, Cleveland, v. 40, n. 3, p. 715-737, 2013.
- YUNUS, M. **Criando um negócio social: Como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010.