

# Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Clayton Robson Moreira da Silva  
(Organizador)



**Atena**  
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva  
(Organizador)

# Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

### Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração, empreendedorismo e inovação 2 [recurso eletrônico] /  
Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa  
(PR): Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo  
e Inovação; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-315-6

DOI 10.22533/at.ed.156190805

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações  
tecnológicas. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.421

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

A obra “Administração, Empreendedorismo e Inovação” compreende uma série com três volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este segundo volume é composto por dezenove capítulos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória na área.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre Administração, Empreendedorismo e Inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega ao campo da Administração, Empreendedorismo e Inovação à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “As Intenções Empreendedoras na Carreira de *Digital Influencer*” e objetivou entender as intenções empreendedoras na carreira de *digital influencers*. O segundo capítulo tem como título “Papéis e Desafios de Mulheres Cientistas no Empreendedorismo Brasileiro” e objetivou analisar alguns fatores que ainda contribuem para a pouca presença de mulheres cientistas - sobretudo na área do empreendedorismo - no Brasil. O terceiro capítulo, intitulado “Relações do Estilo Cognitivo com a Autoeficácia e a Intenção Empreendedora”, objetivou analisar as relações entre estilos cognitivos com a autoeficácia e a intenção empreendedora de estudantes, sob influência do comportamento planejado.

O quarto capítulo é intitulado “Empreendedorismo Social no Brasil: diferentes conceitos e um mesmo objetivo” e teve como objetivo realizar uma revisão de autores nacionais e internacionais, dos conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo social e negócios sociais. O quinto capítulo, intitulado “Empreendedorismo Social: diagnóstico do ambiente de negócio de um empreendimento social”, buscou diagnosticar o modelo de negócio de um empreendimento social, considerando as pessoas e o associativismo. O sexto capítulo tem como título “Comunicação para a Transformação: empreendedorismo social e sustentabilidade no projeto pedagógico do curso de publicidade e propaganda” e objetivou analisar no âmbito do Projeto Pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista acerca das práticas pedagógicas que são desenvolvidas a partir de uma abordagem de comunicação participativa, dialógica e transformadora, de forma a envolver os alunos e aproximar todos os públicos de interesse, na gestão dos seus processos de comunicação onde se amplia possibilidades reais na comunicação social.

O sétimo capítulo é intitulado “Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma análise multivariada do Programa Microempreendedor Individual – MEI” e objetivou apresentar um cenário do Microempreendedor Individual - MEI, de forma a analisar



os benefícios e a efetividade deste programa. O oitavo capítulo tem como título “Uma Análise Bibliométrica da Produção Científica sobre Economia Solidária no Brasil” e objetivou identificar e analisar a literatura sobre economia solidária, através da busca de publicações, em periódicos e eventos nacionais, relacionadas ao tema no Brasil, objetivando destacar sua importância no desenvolvimento local e regional, no período de doze anos (2003-2015). O nono capítulo, intitulado “Empresas Juniores e seu Papel Social quanto Projeto de Extensão”, trata-se de um relato de experiência que traz o papel social de uma empresa júnior junto à sociedade.

O décimo capítulo, intitulado “O Caso da ENACTUS: uma rede para atenuar os desafios no uso da pesquisa participativa ativa”, trata-se de um ensaio que examina como os métodos participativos podem desempenhar um papel crucial, produzindo resultados socialmente robustos que contribuem para a solução de problemas complexos. O décimo primeiro capítulo tem como título “Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016” e buscou responder a seguinte questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?. O décimo segundo capítulo, intitulado “Otimização do Ensino Prático por Meio da Utilização da Plataforma SIMULAVest”, teve como objetivo relatar a satisfação de um grupo de discentes facilitadores extensionistas de um projeto de cursinho preparatório na elaboração de simulados através de uma maneira mais dinâmica e prática, que é através da plataforma do *software* SIMULAVest.

O décimo terceiro capítulo tem como título “RochaGo: uma atividade real baseada em um jogo virtual” e trata-se de um estudo prático que buscou aproveitar o conceito geral de busca no mundo real do *game* para fomentar que os alunos do quarto ano do curso de Geologia da UNIMONTE fossem “ao mundo real” buscar rochas reais, em ambientes até então inusitados para eles, na disciplina Geologia do Brasil. O décimo quarto capítulo é intitulado “Um resgate empírico sobre a internacionalização na hotelaria: apresentando um framework das abordagens teóricas no segmento” e buscou propor um resgate de estudos empíricos acerca da internacionalização na hotelaria. O décimo quinto capítulo é intitulado “Opções de Financiamento da Inovação: uma visão do pequeno e médio empresário” e tem o intuito de debater como são compreendidas as políticas de financiamento à pesquisa e ao desenvolvimento para as pequenas e médias empresas no cenário nacional, além de apresentar os mecanismos de financiamento e seu funcionamento nas políticas de divulgação de massa, para a evolução do parque tecnológico no Brasil.

O décimo sexto capítulo tem como título “Eventos para e com o Consumidor. Como? *Design Thinking*” e propõe o uso da Metodologia do *Design Thinking* (imersão, problematização, ideação, prototipagem e teste) para agregar inovações aos encontros de pessoas nos diversos modelos de eventos. O décimo sétimo capítulo é intitulado “A Inovação como Geradora de Competitividade Econômica e Mercadológica: uma análise baseada no setor de serviços na sociedade contemporânea” e propõe uma

reflexão sobre o atual cenário e as perspectivas de inovação no universo da prestação de serviços. O décimo oitavo capítulo tem como título “As Contribuições da Teoria Comportamental da Administração para a Inovação das Políticas de Gestão de Recursos Humanos: O *homo administrativus* como parte central da evolução da organização” e objetivou apresentar as principais características atualmente apresentadas pelas políticas de recursos humanos, verificando as prerrogativas e semelhanças com a Teoria Comportamental. O décimo nono capítulo, intitulado “Excelência no Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016”, teve como objetivo apresentar respostas à questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de Administração, Empreendedorismo e Inovação, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
AS INTENÇÕES EMPREENDEDORAS NA CARREIRA DE <i>DIGITAL INFLUENCER</i>	
Fabio Eduardo de Oliveira Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.1561908051	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>15</b>
PAPÉIS E DESAFIOS DE MULHERES CIENTISTAS NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO	
Isabel Cruz Pinheiro	
Samara Miyuki Mamede Shimon	
DOI 10.22533/at.ed.1561908052	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>20</b>
RELAÇÕES DO ESTILO COGNITIVO COM A AUTOEFICÁCIA E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA	
Sabrina do Nascimento	
Suzete Antonieta Lizote	
Amélia Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908053	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>37</b>
EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: DIFERENTES CONCEITOS E UM MESMO OBJETIVO	
Vitoria Minto Pinatto	
Christiano França da Cunha	
DOI 10.22533/at.ed.1561908054	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>45</b>
EMPREENDEDORISMO SOCIAL: DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE DE NEGÓCIO DE UM EMPREENDIMENTO SOCIAL	
Ana Paula Cavalcante de Santana	
Aluísio Sampaio Neto	
Andressa de Jesus T. de Lessa	
Deranor Gomes de Oliveira	
Isadora Rodrigues Vasconcelos	
Jairo da Silva Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908055	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>54</b>
COMUNICAÇÃO PARA A TRANSFORMAÇÃO: EMPREENDEDORISMO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
Marina Jugue Chinem	
DOI 10.22533/at.ed.1561908056	

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>60</b>
EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE MULTIVARIADA DO PROGRAMA MICROEMPREENDEODR INDIVIDUAL – MEI	
Jean Gleyson Farias Martins	
Walid Abbas El-Aouar	
Jizabely De Araújo Atanasio	
Graziele Mayara Silva Rocha	
Arthur William Pereira Da Silva	
Alípio Ramos Veiga Neto	
Rodrigo José Guerra Leone	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1561908057</b>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>79</b>
UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL	
Taís Pentiado Godoy	
Leoni Pentiado Godoy	
Murilo Sagrillo Pereira	
Luana Inês Damke	
Domingos Athaides Pires Barbosa Junior	
Clandia Maffini Gomes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1561908058</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>95</b>
EMPRESAS JUNIORES E SEU PAPEL SOCIAL QUANTO PROJETO DE EXTENSÃO	
Sudário Alves Batista	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1561908059</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>100</b>
O CASO DA ENACTUS: UMA REDE PARA ATENUAR OS DESAFIOS NO USO DA PESQUISA PARTICIPATIVA ATIVA	
Alexandre da Trindade e Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080510</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>107</b>
OTIMIZAÇÃO DO ENSINO PRÁTICO POR MEIO DA UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA SIMULAVEST	
Igor Antônio Gomes Teles	
Gilzamir Ferreira Gomes	
George Edson Albuquerque Pinto	
Thiago Rodrigues Magalhães	
Quitéria Larissa Teodoro Farias	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080511</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>119</b>
“ROCHAGO”, UMA ATIVIDADE REAL BASEADA EM UM JOGO VIRTUAL	
Samara Cazzoli y Goya	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080512</b>	



<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>133</b>
UM RESGATE EMPÍRICO SOBRE A INTERNACIONALIZAÇÃO NA HOTELARIA: APRESENTANDO UM <i>FRAMEWORK</i> DAS ABORDAGENS TEÓRICAS NO SEGMENTO	
Fábio Aurélio de Mario Fabiane Cortez Verdu	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080513</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>154</b>
OPÇÕES DE FINANCIAMENTO DA INOVAÇÃO: UMA VISÃO DO PEQUENO E MÉDIO EMPRESÁRIO	
Giuliano Carlo Rainatto Fernando Rodrigues Da Silva Norberto De Almeida Andrade	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080514</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>174</b>
EVENTOS PARA E COM O CONSUMIDOR. COMO? DESIGN THINKING	
Ana Carolina Corrêa Baracho dos Santos Buongiorno Vinicius Diniz De Carvalho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080515</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>185</b>
A INOVAÇÃO COMO GERADORA DE COMPETITIVIDADE ECONÔMICA E MERCADOLÓGICA: UMA ANÁLISE BASEADA NO SETOR DE SERVIÇOS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	
Diego José Casagrande Janaina de Oliveira Natalia Maria Casagrande	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080516</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>199</b>
AS CONTRIBUIÇÕES DA TEORIA COMPORTAMENTAL DA ADMINISTRAÇÃO PARA A INOVAÇÃO DAS POLÍTICAS DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: O <i>HOMUS ADMINISTRATIVUS</i> COMO PARTE CENTRAL DA EVOLUÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	
Maria Helena Carvalho Costa Thaís Carneiro de Brito Aline Guimarães Carvalho Maria da Penha Medeiros Noêmia Climintino Leite Olívio Medeiros de Oliveira Netto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080517</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>211</b>
EXCELÊNCIA NO ENSINO DA GESTÃO NO BRASIL: A PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO QUADRIÊNIO 2013-2016	
Marcelo Ribeiro de Carvalho Silva Marcus Brauer Leonel Estevao Finkelsteinas Tractenberg	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080518</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>233</b>

## 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

**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.

**ABSTRACT:** This work had the objective of reviewing national and international authors of entrepreneurship, social entrepreneurship and social affairs concepts. This survey had the focus of better defining how these concepts can and should be applied to social entrepreneurship in Brazil, showing the concepts evolution in the country since the 1990s, given their national importance due to the lack of more businesses that positively impact our society. In the concluding remarks it is noted that the knowledge of these three concepts has been expanded through this literature review, enabling potential future social entrepreneurs and / or future research on this topic in Brazil to already have an initial basis for their future deepening.

**KEYWORDS:** Social Business, Social Entrepreneurship, Entrepreneur, Innovation, Economic Sustainability

### 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 feito 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).

### Características

Persistência, tenacidade

Capacidade de tolerar ambiguidade e incerteza

Fazem bom uso de recursos

Correm riscos moderados

Imaginativos, curiosos e criativos

Voltam-se para resultados

Quadro 1: Características comuns aos empreendedores

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.

Autor / Ano	Definição
<b>Alvord, Brown e Letts (2004)</b>	Empreendedorismo social cria soluções inovadoras para problemas sociais imediatos e mobiliza as ideias, capacidades, recursos e arranjos sociais necessários para transformações sociais sustentáveis.
<b>Said Business School (2005)</b>	Empreendedorismo social pode ser definido como uma abordagem profissional, inovadora e sustentável para mudança sistêmica que resolve falhas no mercado social e aproveita oportunidades.
<b>Mort, Weerawardena, e Carnegie (2002)</b>	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.

Quadro 2: Definições de empreendedorismo social

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.

Empreendedorismo Empresarial	Empreendedorismo Social
É individual	É coletivo
Produz bens e serviços	Produz 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

Quadro 3: Diferenças entre empreendedorismo empresarial e social. Fonte: Adaptado de Melo Neto e Fróes (2002, p.11)

As característica 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).

Organização	Entendimento
<b>School Social Entrepreneurship - SSE, Uk-Reino Unido</b>	“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’.”
<b>Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá</b>	“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.”
<b>Ashoka, Estados Unidos</b>	“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.”

Quadro 4: Definições de Empreendedorismo Social

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).

Organizações (Fundação)	Objetivos	Natureza	Estratégias	Produção	Grau de Disseminação
<b>ASHOKA Fundada em 1986 SP/SP</b>	Criar a profissão de empreendedor social e apoiar empreendedores sociais, profissionalizar o trabalho de gestão no terceiro setor	Organização não governamental sem fins lucrativos	Centro de capacitação: eventos cursos, site. Prêmio Empreendedor social. Sustento de projeto empreendedores sociais por três anos.	Livros Artigos Entrevistas	Direto
<b>ACADEMIA SOCIAL Fundada em 1995 Recife-PE</b>	Tornar a inquietação humana em transformação social.	ONG, sem fins lucrativos	Formação Informação Serviços Incubadora Social de Jovens Cursos para o Terceiro Setor Eventos Campanhas	Clipping do Terceiro Setor Artigos	Direto

<b>CEATS/FEA/ USP Fundado em 1998 SP/ SP</b>	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
<b>ENE/UFSC Fundado em 1992 Florianópolis/ SC</b>	Desenvolver atividades de disseminação do empreendedorismo, 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
<b>FENEAD Fundado em 1995 SP/SP</b>	Despertar nos estudantes de administração o seu papel de agente transformador	ONG, sem fins lucrativos, ligada a UFSC, engenharia de produção	Prêmio Nacional FENEAD de inovação social para o Terceiro Setor	Site Artigos	Indireto
<b>FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL Fundado em 1985 Estatuto reformulado em 1995</b>	Apoio e investimento em tecnologias e ações sociais para o desenvolvimento social e local.	Fundação, ligada ao BB	Banco de Tecnologias sociais Projetos Eventos Investimento	Site Artigos Entrevistas	Indireto
<b>CETS/FGV Fundado em 1994 SP/SP</b>	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 Pesquisa	Indireto
<b>SOCIALTEC Fundado em 2000 SP/SP</b>	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 Pesquisa	Indireto

Quadro 5: Organizações que disseminam direta e indiretamente o empreendedorismo social no Brasil

Fonte: Oliveira (2003, 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).

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

Quadro 6: Negócios Sociais

Fonte: Adaptado de Yunus Negócios Sociais, 2016

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.

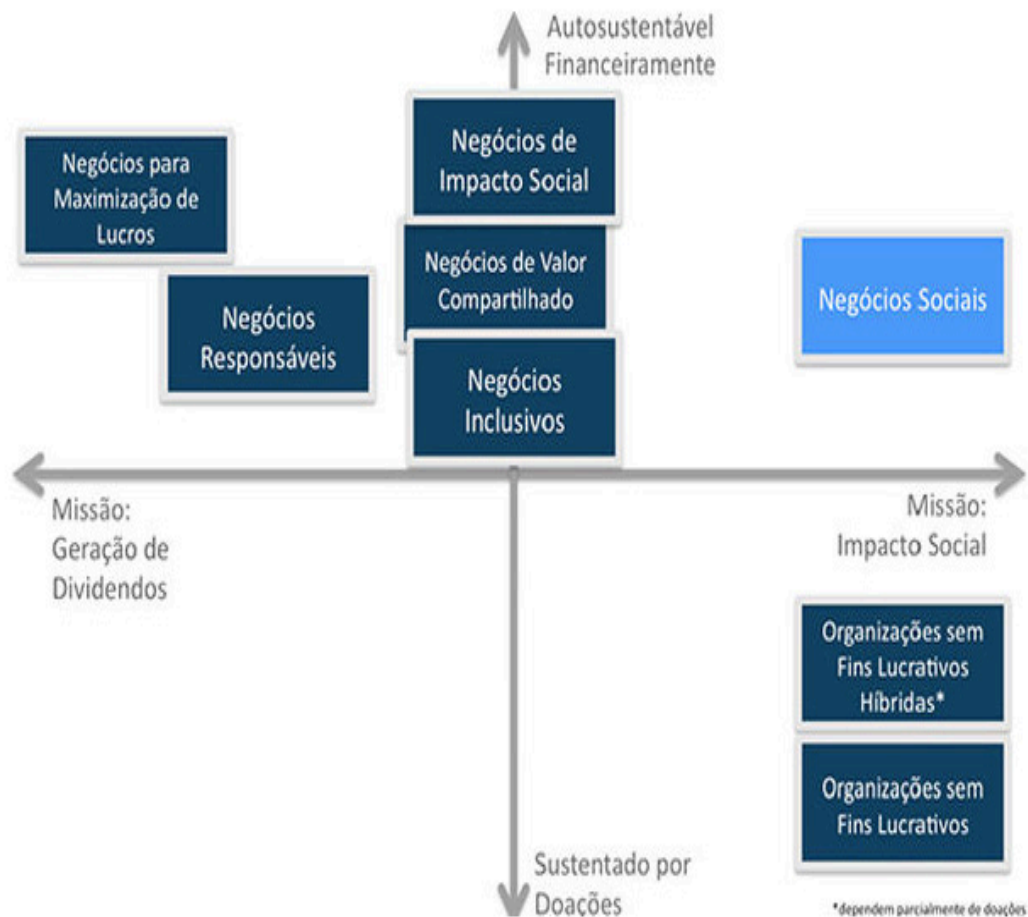


Figura 1: Diferentes modelos de negócios  
 Fonte: YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS BRASIL, 2016

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.

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.

Quadro 7: Taxonomia dos negócios com impacto social  
 Fonte: Adaptado de PETRINI M; SCHERER P; BACK L., 2015

## 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. 538f. 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.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA** Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-315-6



9

788572 473156