

Gestão de Projetos Sustentáveis

2

Franciele Braga Machado Tullio
Leonardo Tullio
(Organizadores)

 **Atena**
Editora

Ano 2018

Franciele Braga Machado Tullio

Leonardo Tullio

(Organizadores)

Gestão de Projetos Sustentáveis

2

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

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)

G393 Gestão de projetos sustentáveis 2 [recurso eletrônico] /
Organizadores Franciele Braga Machado Tullio, Leonardo Tullio.
– Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Gestão de Projetos
Sustentáveis; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-85107-72-7

DOI 10.22533/at.ed.727183110

1. Desenvolvimento sustentável. 2. Gestão ambiental. 3. Meio
ambiente. I. Tullio, Franciele Braga Machado. II. Tullio, Leonardo.
III. Série.

CDD 363.7

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.

2018

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

APRESENTAÇÃO

A obra “Gestão de Projetos Sustentáveis” aborda em seu segundo volume 17 capítulos de pesquisas recentes sobre sustentabilidade num sentido mais abrangente de ações que envolvem mudanças de aspecto social.

Para que um projeto seja considerado sustentável ele precisa obedecer aos três critérios. Deve ser um projeto que contemple a correta utilização de recursos naturais, deve ser socialmente aceito e economicamente viável.

Promover a qualidade de vida na sociedade sem prejuízo aos recursos naturais, bem como o desenvolvimento de estratégias de desenvolvimento econômico, são desafios enfrentados na promoção da sustentabilidade nos espaços urbanos.

A qualidade de vida, do ambiente, responsabilidade social, e do espaço urbano são exemplos de benefícios que a aplicação de práticas sustentáveis traz à sociedade.

A presente obra pretende demonstrar exemplos práticos que podem auxiliar na formação de cidades inteligentes sem prejuízo aos recursos naturais.

Isto posto, esperamos que esta obra traga ao leitor conhecimento a respeito do desenvolvimento de pesquisas visando a sustentabilidade promovendo a melhoria da qualidade de vida na sociedade.

Franciele Braga Machado Tullio
Leonardo Tullio

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A APLICABILIDADE DOS CONCEITOS DE CRESCIMENTO INTELIGENTE “SMART GROWTH” POR MEIO DOS INSTRUMENTOS DE INTERVENÇÃO URBANA: PIU RIO BRANCO	
<i>Gabrielle Veroneze Mendes Muniz</i>	
CAPÍTULO 2	15
A ORGANIZAÇÃO DE UM OBSERVATÓRIO SOCIOECONÔMICO PARA A CONSTRUÇÃO CIVIL DA MESORREGIÃO DE CHAPECÓ – SC	
<i>Andreia Fatima Trichês</i>	
<i>Caroline Dallacorte</i>	
<i>Claudio Jacoski</i>	
CAPÍTULO 3	32
A SUSTENTABILIDADE CULTURAL DAS CIDADES: A PRESERVAÇÃO DA ARQUITETURA ATRAVÉS DA EDUCAÇÃO PATRIMONIAL	
<i>Tarcisio Dorn de Oliveira</i>	
<i>Lia Geovana Sala</i>	
<i>Igor Norbert Soares</i>	
<i>Jandha Telles Reis Vieira Müller</i>	
<i>Gabriel Da Silva Wildner</i>	
CAPÍTULO 4	42
ABRIGOS EMERGENCIAIS: UM OLHAR ATRAVÉS DA EVOLUÇÃO DAS HABITAÇÕES	
<i>Paulo Eduardo Hauqui Tonin</i>	
CAPÍTULO 5	54
AGENDA 21 LOCAL E URBANISMO TÁTICO: UMA ABORDAGEM SOBRE O DIREITO À CIDADE	
<i>Michelle Lima de Carvalho Silva</i>	
<i>Rômulo José da Costa Ribeiro</i>	
CAPÍTULO 6	68
ANÁLISE DA GERMINAÇÃO DO BARU – DIPTERYX ALATA VOGEL (FABACEAE) EM DIFERENTES SUBSTRATOS, VALPARAÍSO DE GOIÁS	
<i>Lucivânio Oliveira Silva</i>	
<i>Arthur Dutra do Bonfim</i>	
CAPÍTULO 7	81
APO E PROGRAMAÇÃO ARQUITETÔNICA: REFLEXÕES BASEADAS EM UM ESTUDO DE RESIDÊNCIA UNIVERSITÁRIA	
<i>Dominique Barros</i>	
<i>Virgínia Maria Dantas De Araújo</i>	
<i>Gleice Azambuja Elali</i>	
CAPÍTULO 8	97
ENSINO E SUSTENTABILIDADE APLICADA À ARQUITETURA: O POTENCIAL DO ESPAÇO DO CANTEIRO EXPERIMENTAL	
<i>Ricardo Socas Wiese</i>	
<i>Vinícius C. C. Linczuk</i>	
<i>Larissa Nunes Acco</i>	

CAPÍTULO 9	110
ENTRAVES AO DESLOCAMENTO PEDONAL EM UMA CIDADE DE PEQUENO PORTE: OS NÍVEIS DE CAMINHABILIDADE NA CIDADE DE GOIÁS-GO	
<i>Pedro Henrique Gonçalves</i>	
<i>Thalita Pereira da Fonseca</i>	
<i>Carina Folea Cardoso</i>	
CAPÍTULO 10	123
GREENWASHING: APELOS DE SUSTENTABILIDADE E A AUTORREGULAÇÃO PUBLICITÁRIA NO BRASIL	
<i>Gabriela Almeida Marcon Nora</i>	
CAPÍTULO 11	138
INGLESES: UMA BREVE ANÁLISE MORFOLÓGICA E AS POTENCIALIDADES TRAZIDAS PELO RIO CAPIVARI	
<i>David Sadowski</i>	
<i>Adriana Marques Rossetto</i>	
CAPÍTULO 12	150
AS COMPRAS SUSTENTÁVEIS DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA	
<i>Fernanda da Rosa Becker</i>	
CAPÍTULO 13	160
LODGE SUSTENTÁVEL NA SELVA PERUANA	
<i>Diana Lucía Gómez Valladares</i>	
CAPÍTULO 14	174
MOTIVAÇÕES E BARREIRAS DA ECOINOVAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DA LITERATURA	
<i>Bruna Joaquim</i>	
<i>Fernando Lúcio Mendes</i>	
<i>Andréa Cristina Trierweiller</i>	
<i>Helio Aisenberg Ferenhof</i>	
CAPÍTULO 15	187
O EMPREENDEDOR SOCIAL E A INOVAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	
<i>Daniela de Oliveira Massad</i>	
<i>Édis Mafra Lapolli</i>	
CAPÍTULO 16	204
PROCESSO DE PRODUÇÃO VISANDO À IMPLEMENTAÇÃO DA PRODUÇÃO MAIS LIMPA EM UMA INDUSTRIAL METALMECÂNICA	
<i>Claudiana Aparecida e Silva Noro</i>	
<i>Jeancarlos Araldi</i>	
<i>Mauro Almeida Tanaka</i>	
CAPÍTULO 17	218
PROJETO ECOAR	
<i>Lavínia de Melo Ferreira</i>	
<i>Cecília Lôbo Galvão de Rossiter Correa</i>	
SOBRE OS ORGANIZADORES	229

O EMPREENDEDOR SOCIAL E A INOVAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

Daniela de Oliveira Massad

Universidade Federal de Santa Catarina,
Programa de Pós-graduação em Engenharia e
Gestão do Conhecimento
Santa Catarina - SC

Édis Mafrá Lapolli

Universidade Federal de Santa Catarina,
Programa de Pós-graduação em Engenharia e
Gestão do Conhecimento
Santa Catarina - SC

RESUMO: A importância das inovações para o aumento da competitividade das organizações e dos níveis de emprego e renda da população é reconhecida amplamente. Entretanto, inovações podem ser concebidas não apenas para criar valor econômico, mas também para gerar valor social através da solução de problemas sociais. Inovações sociais são inovações cuja característica principal é alcançar uma missão social, podendo produzir mudanças significativas nas comunidades em que estão inseridas e compensar falhas de mercado e governo. A competência empreendedora e o papel do empreendedor social são considerados aspectos importantes para a inovação social. Este artigo tem por objetivo analisar o perfil empreendedor em projetos de inovação social e verificar como a competência empreendedora

podem influenciar esses projetos. Foi realizada uma pesquisa quantitativa, exploratória e descritiva com empreendedores sociais responsáveis por projetos de inovação social. Como resultado, observou-se que as competências empreendedoras que se apresentaram mais fortes nos empreendedores que participaram da pesquisa foram o comprometimento, a persistência e a busca de oportunidade e iniciativa. O planejamento e monitoramento sistemático e o estabelecimento de metas exibiram índices baixos entre os entrevistados. A busca de informações, a persuasão e rede de contatos, a característica de correr risco calculados e a exigência de qualidade e eficiência também exibiram resultados satisfatórios em mais da metade dos empreendedores sociais.

PALAVRAS-CHAVE: competência empreendedora; empreendedor social; inovação social; empreendedorismo social.

ABSTRACT: The importance of innovations to increase the competitiveness of organizations and the levels of employment and income of the population is widely recognized. However, innovations can be conceived not only to create economic value, but also to generate social value through the solution of social problems. Social innovations are innovations whose main characteristic is to achieve a social mission,

which can produce significant changes in the communities in which they are inserted and compensate for market and government failures. Entrepreneurial competence and the role of the social entrepreneur are considered important aspects for social innovation. This article aims to analyze the entrepreneurial profile in social innovation projects and to verify how the entrepreneurial competence can influence these projects. A quantitative, exploratory and descriptive research was carried out with social entrepreneurs responsible for social innovation projects. As a result, it was observed that the entrepreneurial skills that appeared stronger in entrepreneurs who participated in the survey were commitment, persistence and the pursuit of opportunity and initiative. Systematic planning and monitoring and goal setting showed low rates among respondents. The search for information, persuasion and networking, the characteristic to take calculated risk and the need for quality and efficiency also exhibited satisfactory results in more than half of social entrepreneurs.

KEYWORDS: entrepreneurial competence; social entrepreneur; social innovation; social entrepreneurship.

1 | INTRODUÇÃO

Schumpeter (1997) destacou a importância das inovações nas economias capitalistas, considerando-as fundamentais para o bom desempenho das empresas, pelo incentivo à criatividade e aumento da competitividade, refletindo sobre todo o sistema econômico, por aumentar os níveis de emprego e renda da população.

Contudo, a perspectiva da inovação voltada exclusivamente para a criação de valor econômico, com foco no sucesso comercial e rentabilidade, tem cedido lugar para uma dimensão da inovação, que tem como principal característica a mudança social: a inovação social (CAJAIBA-SANTANA, 2014).

O estudo de conceitos como empreendedorismo social, inovação social e negócio social tem crescido bastante nos últimos anos e tem se refletido nas diversas publicações realizadas sobre os mesmos (PHILLIPS; LEE; GHOBADIAN; O'REGAN; JAMES, 2015).

A ideia de inovação social está interligada ao conceito de empreendedorismo social, que pode ser definido como uma atividade inovadora de criação de valor social, podendo ocorrer entre os setores sem fins lucrativos, de negócios ou governamental (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006).

McClelland (1973) sinalizou sobre a importância das competências para o desenvolvimento humano, ao indicar que se tratavam de comportamentos e não de aptidões naturais apresentadas pelas pessoas, tal como a inteligência.

O comportamento do empreendedor social e suas características têm sido investigados para a melhor compreensão de sua identidade e possível desenvolvimento de suas competências em agentes de diversos meios (SILVA, 2008; BILBAO; VÉLEZ,

2015; KRACIK, 2017).

A partir das percepções de universitários, Bulut, Eren e Halac (2013) analisaram a relação existente entre inovação social e inovação tecnológica, concluindo que uma afeta a outra, e ainda que as características empreendedoras geralmente comuns em inovações tecnológicas também são encontradas nas inovações sociais.

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar a influência das competências do empreendedor social em projetos de inovação social. Para isto, foi realizada uma pesquisa quantitativa, exploratória e descritiva com empreendedores sociais responsáveis por projetos de inovação social.

Primeiramente, serão apresentados conceitos teóricos importantes para a pesquisa, em seguida, a metodologia utilizada, os resultados encontrados e a conclusão.

2 | EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Em seu Ensaio publicado em 1755, Cantillon (1680-1734) associou ao termo *entrepreneur* a característica de incerteza e de correr riscos. Say (1767-1832) agregou o conceito de que o *entrepreneur* eleva o rendimento e a produtividade de recursos econômicos (DIAS, 2001).

Para Schumpeter (1997), empreendedorismo e inovação estão interligados e promovem o desenvolvimento do sistema econômico, uma vez que provocam rupturas estruturais, que ocorrem através do processo de “destruição criativa” promovido pelo empreendedor, que introduz novos produtos, processos e serviços em um ambiente de competitividade, aumentando assim os níveis de emprego e renda da população.

Apesar do empreendedorismo ser considerado um agente de transformação social, com vistas a promover o crescimento econômico, se faz necessário fortalecer as bases teóricas sobre o empreendedorismo social para auxiliar na sua prática. Apesar da crescente preocupação com o setor social e do aumento de estudos sobre o tema, as bases teóricas sobre o empreendedorismo social ainda estão sendo exploradas (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006).

Martin e Osberg (2007, p. 35) afirmam que:

O empreendedorismo social identifica um equilíbrio estável, mas injusto, que provoca a exclusão, a marginalização ou o sofrimento de um segmento da humanidade; identifica uma oportunidade nesse equilíbrio injusto de desenvolver uma proposição de valor social e traz inspiração, criatividade, ação direta, coragem e fortaleza, desafiando assim a hegemonia do estado estável; e forja um equilíbrio novo e estável que libere potencial aprisionado ou alivie o sofrimento do grupo visado e assegure um futuro melhor para o grupo alvo e a sociedade em geral.

Dacin, Dacin e Matear (2010) defendem que o empreendedorismo social está fundamentado em quatro fatores-chave: as características distintas dos

empreendedores sociais; sua esfera de operação; os processos e recursos usados pelos empreendedores sociais e a missão principal e resultados associados com o empreendedor social.

Há concordância entre os estudiosos do empreendedorismo social de que dissociar a criação de valor social do resultado econômico pode comprometer a sustentabilidade do empreendimento social (DACIN; DACIN; MATEAR, 2010; MAIR; SHARMA, 2012). Alguns consideram que deve existir uma ordem de importância entre valor social e resultado econômico, ficando o impacto relacionado a missão social em primeiro lugar (DANCIN; DANCIN; MATEAR, 2010) e que o uso de ferramentas de avaliação do desempenho e do impacto ou valor social criado podem auxiliar a maximizar o valor dos recursos, geralmente limitados, e alcançar resultados econômicos rentáveis, mantendo o foco na missão social (MAIR; SHARMA, 2012).

As pesquisas sobre o empreendedorismo social tomaram direções distintas em relação a importância do papel do empreendedor social (DEES; ANDERSON, 2006; BACQ; JANSSEN, 2011). Nos Estados Unidos emergiram duas escolas de pensamento: a *Social Enterprise School* e a *Social Innovation School*. Na primeira, a função do empreendedor social é secundária, apenas assumindo o papel de administrar atividades sociais que surgem de iniciativas preferencialmente do estado ou de organizações sem fins lucrativos (ONGs). A segunda, se concentra na busca de novas e melhores maneiras de atender às necessidades sociais (DEES; ANDERSON, 2006) e considera o empreendedor social e suas qualidades pessoais figuras centrais do processo. Já para a escola de pensamento europeia, os modelos de ações coletivas são mais importantes do que os individuais (BACQ; JANSSEN, 2011).

2.1 Empreendedor Social

O empreendedor social trabalha geralmente com recursos limitados para resolver problemas sociais de forma inovadora, produzindo mudanças significativas na sociedade e soluções financeiras, organizacionais, ambientais e sociais sustentáveis (THAKE; ZADEK, 1997). As novas realidades econômicas e sociais requerem, cada vez mais, soluções inovadoras para atender às necessidades de um mundo repleto de desigualdades, que não têm sido moderadas pelas instituições governamentais. Como se não bastasse, diversas sociedades têm tentado reduzir a parcela de contribuição do Governo sobre a provisão de serviços sociais (LEADBEATER, 1997).

Enquanto alguns autores preferem definir o empreendedorismo a partir de componentes como contexto, processos, recursos ou resultados, por considerarem que os estudos sobre as características dos empreendedores sociais possam ser tendenciosos ao tomarem como base apenas casos de sucesso (DACIN; DACIN; MATEAR, 2010), outros autores entendem que a análise das habilidades dos empreendedores sociais podem auxiliar a caracterizar as atividades do empreendedorismo social (ZAHRA et al, 2009; LIMA, 2013), ajudando outros empreendedores a desenvolverem melhor seu

papel nessa nova realidade socioeconômica.

Esses indivíduos visionários e suas características vêm sendo abordados por vários estudos e são observados sob diferentes perspectivas. Silva (2008) observou que o inconformismo é um dos aspectos que gera a motivação do empreendedor social, impulsionando-os a não aceitar padrões inadequados e detectar situações de justiça social. O desacordo com as ações do Estado, empresas privadas e até mesmo da sociedade, determina a busca de alternativas para solucionar problemas sociais e manter-se perseverante no seguimento da missão.

Apesar de muito se focar sobre a personalidade empreendedora baseada na motivação, muitos autores identificam a compaixão/empatia como característica marcante do empreendedor social (LIMA, 2013; KRACIK, 2017). Da mesma maneira, a formação de parcerias e colaboração em redes são elementos importantes para alavancar as ações do empreendedor social e fornecer autonomia aos diversos elos da rede para empoderar, isto é, desenvolver nos indivíduos o reconhecimento próprio e realização pessoal (LIMA, 2013; PRIM, 2017).

Nos últimos anos, muitos pesquisadores têm se debruçado sobre o estudo das características especiais que os empreendedores de sucesso possuem. Em relação ao empreendedor social, as características empreendedoras também possuem importância e conforme já abordado, podem ser determinantes para o processo de empreender socialmente. No próximo tópico será abordado o estudo dessas características, também chamadas de competências empreendedoras.

3 | COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

O debate sobre competência entre psicólogos e administradores nos Estados Unidos iniciou com a publicação do artigo de McClelland intitulado *Testing for Competence rather than for "Intelligence"*, de 1973 (FLEURY; FLEURY, 2001), no qual McClelland (1973) argumenta que os testes de inteligência, que faziam tanto sucesso nos Estados Unidos naquela época, eram importantes apenas para representar um fator de capacidade de ir bem na escola, mas não identificavam habilidades responsáveis pelo sucesso no trabalho. Em contrapartida propôs o teste por competência.

Boyatzis (2008, p. 6) define competência como:

[...] uma capacidade ou habilidade. É um conjunto de comportamentos relacionados, porém diferentes, organizados em torno de um construto subjacente, que chamamos de "intenção". Os comportamentos são manifestações alternadas da intenção, conforme apropriado em várias situações ou tempos.

Autores como McClelland (1965, 1987), Cooley (1990), Man e Lau (2000), Bueno e Lapolli (2001) e Mitchelmore e Rowley (2010) desenvolveram estudos sobre a competência empreendedora, buscando definir um conjunto de habilidades

e comportamentos que identifiquem os responsáveis pelas iniciativas de empreendedorismo. As pesquisas sugerem que:

As competências empreendedoras são constituídas por componentes que estão mais profundamente enraizados no plano de fundo de uma pessoa (traços, personalidade, atitudes, papel social e autoimagem), bem como aqueles que podem ser adquiridos no trabalho ou através de treinamento e educação (habilidades, conhecimento e experiência) (MAN E LAU, 2005, p. 468-469).

McClelland (1986, p. 8-13) estabeleceu um modelo com 20 competências empreendedoras confiáveis e essenciais para analisar o perfil empreendedor. São elas: (1) Iniciativa; (2) Vê e aproveita oportunidades; (3) Persistência; (4) Busca de informações; (5) Interesse pela alta qualidade do trabalho; (6) Comprometimento com contratos de trabalho; (7) Orientação para a eficiência; (8) Planejamento sistemático; (9) Solução de problemas; (10) Autoconfiança; (11) Perícia (expertise); (12) Reconhece suas próprias limitações; (13) Persuasão; (14) Uso de estratégias de influência; (15) Assertividade; (16) Monitoramento; (17) Credibilidade, integridade e sinceridade; (18) Preocupação com o bem-estar dos empregados; (19) Reconhecimento da importância de relacionamentos comerciais; (20) Providencia treinamento para os empregados.

McBer & Co (1986) utilizou um método denominado *Behavioral Event Interview* (BEI), que emprega indicadores de comportamentos para identificar as competências, uma adaptação das entrevistas baseadas em incidentes críticos (MCCLELLAND, 1998) e teve como base a teoria das necessidades (necessidade de realização, poder e afiliação), desenvolvida anteriormente.

O MSI se baseou nas pesquisas realizadas por McClelland à frente da consultoria McBer & Co e desenvolveu um modelo com a utilização das PECs para treinamento de empreendedores, que abrangia 10 características e seus indicadores de comportamento, divididos em três conjuntos de ação: realização, planejamento e poder (MSI, 1990), que podem ser observadas no Quadro 1.

CONJUNTO DA REALIZAÇÃO
Busca de Oportunidades e Iniciativa
- Age com proatividade, antecipando-se às situações - Busca a possibilidade de expandir seus negócios - Aproveita oportunidades incomuns para progredir
Persistência
- Não desiste diante de obstáculos - Reavalia e insiste ou muda seus planos para superar objetivos - Esforça-se além da média para atingir seus objetivos
Correr Riscos Calculados

<ul style="list-style-type: none"> - Procura e avalia alternativas para tomar decisões - Busca reduzir as chances de erro - Aceita desafios moderados, com boas chances de sucesso
Exigência de Qualidade e Eficiência
<ul style="list-style-type: none"> - Melhora continuamente seu negócio ou seus produtos - Satisfaz e excede as expectativas dos clientes - Cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade
Comprometimento
<ul style="list-style-type: none"> - Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso - Atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados - Coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo
CONJUNTO DO PLANEJAMENTO
Busca de Informações
<ul style="list-style-type: none"> - Envolve-se pessoalmente na avaliação do seu mercado - Investiga sempre como oferecer novos produtos e serviços - Busca a orientação de especialistas para decidir
Estabelecimento de Metas
<ul style="list-style-type: none"> - Persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo - Tem clara visão de longo prazo - Cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos
<ul style="list-style-type: none"> - Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas - Adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado - Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão
CONJUNTO DO PODER
Persuasão e Rede de Contatos
<ul style="list-style-type: none"> - Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos - Obtém apoio de pessoas chave para seus objetivos - Desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais
Independência e Autoconfiança
<ul style="list-style-type: none"> - Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros - É otimista e determinado, mesmo diante da oposição - Transmite confiança na sua própria capacidade

Quadro 1 – Características empreendedoras pessoais (PECs) e indicadores de comportamento

Fonte: Adaptado de MSI (1990)

Os trabalhos de McClelland e de outros autores revelam uma característica importante sobre as competências empreendedoras, elas podem ser aprendidas, treinadas (MAN E LAU, 2005; MITCHELMORE, ROWLEY, 2010). Entretanto, Obschonka, Silbereisen e Schmitt-Rodermund (2010) advertem que as descobertas sugerem que as intervenções de treinamento precisam ser realizadas no início da vida, na infância ou adolescência.

O desenvolvimento das competências empreendedoras pode gerar o aumento da autoconfiança e uma motivação maior para o empreendedorismo social, no entanto, a concepção individualista do empreendedorismo, a possibilidade de provocar concorrência nos empreendimentos sociais e a visão heroica do empreendedor são questionados para os trabalhos sociais (FARGION; GEVORGIANIENE; LIEVENS, 2011).

Conforme já mencionado, diversas pesquisas consideram que o principal componente do empreendedorismo social é a missão social (MAIR; MARTÍ, 2006; MARTIN; OSBERG, 2007; DACIN; DACIN; MATEAR, 2010). Portanto, espera-se que os empreendedores sociais tenham em suas competências pessoais, características específicas relevantes que os fazem engajar em atividades sociais e os diferenciam dos empreendedores comerciais (BILBAO, VÉLEZ, 2015; KRACIK, 2017).

As características empreendedoras também têm sido observadas no contexto da inovação social. Bulut, Eren e Halac (2013) verificaram os efeitos de diversos aspectos da personalidade empreendedora sobre a inovação social e os resultados foram positivos e significativos para todos os traços analisados. No entanto, os achados demonstraram que a criatividade parece perder a relevância no processo da inovação social, onde trabalhos em equipe, colaborativos, são mais requeridos do que trabalhos individuais.

Os estudos de Padilla-Meléndez, Del Aguila-Obra e Lockett (2014) demonstraram que ter educação de nível superior e uma atitude proativa para inovação são características individuais do empreendedor que desempenham forte influência sobre a inovação em empresas de economia social, que englobam as empresas sociais.

Retomando a visão de Schumpeter de que empreendedorismo e inovação estão interligados, e o objetivo deste trabalho de verificar a influência das competências do empreendedor social em projetos de inovação social, faz-se necessário conceituar este último construto.

4 | INOVAÇÃO SOCIAL

Joseph A. Schumpeter foi o primeiro a introduzir a inovação no contexto econômico (DANDOLINI; SOUZA; LAPOLLI, 2014). Em sua obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico” de 1912, Schumpeter (1997) faz diferenciação entre invenção e inovação,

fundamentando que a criação de um novo produto (invenção), apenas se torna relevante economicamente quando são implementadas, ou seja, quando se tornam inovações.

A inovação sugere novas combinações de recursos para produzir algo diferente, ou de forma diferente ou para mercados diferentes. Assim Schumpeter (1997) aborda cinco tipos de inovação: 1) novos produtos, 2) novos métodos de produção, 3) abertura de novos mercados, 4) novas fontes de matérias-primas e 5) novas organizações das empresas.

Em países em desenvolvimento, as estratégias de inovação devem ser analisadas para identificar padrões e, assim, compreender de que forma a competitividade das empresas é beneficiada pela inovação e, de maneira mais ampla, como o desenvolvimento econômico e social pode ser promovido (OCDE, 2005). A inovação tecnológica por si só possui um aspecto social, ou seja, é capaz de proporcionar o desenvolvimento social de uma nação.

A percepção da inovação concebida unicamente para criação de valor econômico, visando resultados comerciais e financeiros, tem sido modificada para abranger uma dimensão da inovação, cuja característica principal é a transformação social: a inovação social (CAJAIBA-SANTANA, 2014).

A inovação social pode exercer um papel fundamental ao suprir as lacunas na sociedade não preenchidas devido às falhas de mercado e governo (BECKMANN, 2012). As estruturas presentes na sociedade atual têm sido consideradas ineficientes para resolver os problemas sociais e ambientais existentes, exigindo uma ação mais sistêmica e eficaz para realizar as mudanças necessárias (MURRAY, CAULIER-GRICE, MULGAN, 2010).

Phills, Deiglmeier e Miller (2008, p. 36) definem inovação social como “uma nova solução para um problema social que é mais eficaz, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções existentes, cujo valor criado reverte sobretudo para a sociedade como um todo ao invés de indivíduos em particular”.

Concernente à relação entre empreendedorismo social e inovação social, denota-se que para criar valor social e gerar a mudança social os empreendedores sociais criam soluções inovadoras (SANTOS, 2012; DACIN, DACIN, 2011; BACQ; JANSSEN, 2011), estando os dois conceitos estão intimamente ligados, sendo a inovação uma característica requerida do empreendedorismo social (MACLEAN; HARVEY; GORDON, 2013). Assim, as investigações devem focar em fazer interações entre a inovação social e o empreendedorismo social e não em suas definições isoladas (SHAW; DE BRUIN, 2013), pois ambos estão relacionados com a identificação de uma oportunidade de resolver problemas sociais (PHILLIPS et al, 2015).

Observa-se que as definições de empreendedorismo social se centralizam principalmente na criação de valor social, em detrimento do valor econômico e, que os conceitos de inovação social, enfatizam as novas combinações alcançadas para que a mudança social aconteça.

Os diversos programas e centros de apoio de inovação social contribuem para promover uma cultura de inovação social e fornecer recursos para que estes projetos e ideias possam ser criados e sustentados. Alijani et al (2016) destacam a importância dos impulsionadores e contextos de inovação social, cujo compartilhamento do conhecimento, promove o desenvolvimento de capacidades nos inovadores sociais para solucionar problemas sociais. Juliani (2015, p. 28), ao propor uma definição conceitual de “cultura organizacional para a inovação social”, considera a cultura organizacional “um fator determinante para favorecer o desenvolvimento das inovações sociais”, sendo um dos atributos estruturais necessários para facilitar o processo de inovação social.

5 | METODOLOGIA

Esta pesquisa consiste num estudo do tipo exploratório e descritivo. Exploratório, pois objetiva “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (Gil, 2002, p. 41), e descritivo, porque procura conhecer os traços e particularidades de determinada população, as propriedades dos fenômenos ou determinar a relação entre variáveis (Gil, 2008).

Utilizou-se da abordagem quantitativa, que é apropriada para testar teorias objetivas, verificando a relação entre variáveis (Creswell, 2010). Para coleta de dados utilizou-se a pesquisa bibliográfica e o levantamento de campo ou “survey”, a partir de questionário de autopreenchimento, formado por um conjunto estruturado de perguntas fechadas preenchidos pelos próprios respondentes, sem a presença do entrevistador. Primeiramente, os participantes foram questionados com itens para identificação do perfil geral de cada profissional. Em seguida, com o objetivo de mensurar a competência empreendedora dos empreendedores sociais, aplicou-se um questionário baseado no modelo proposto pelo MSI (1990), empregado também nos estudos de Lenzi (2008) e outros.

As variáveis analisadas correspondem às dez características empreendedoras dos estudos do MSI (1990) e o instrumento de coleta baseia-se na identificação do comportamento dos respondentes para cada incidente crítico ou situação apresentada. Cada característica empreendedora está relacionada a três possíveis atitudes, que refletem as vivências práticas do empreendedor social, pela atribuição de notas de acordo com a frequência do episódio. O questionário contém 30 questões, sendo 150, o valor máximo em termos de “competência empreendedora”. As respostas do questionário foram baseadas em escala Likert de cinco níveis de acordo com a legenda: 1- nunca; 2- raras vezes; 3- algumas vezes; 4- quase sempre; 5- sempre.

Em seguida, relacionou-se aos resultados obtidos através dos questionários com abordagem teórica para as características empreendedoras encontrada na literatura.

Para o desenvolvimento deste estudo, a população da pesquisa foi formada pelo conjunto de empreendedores de negócios de impacto cadastrados na vitrine de negócios sociais Pipe Social.

A Pipe Social é uma vitrine que conecta negócios sociais com investidores e possíveis parcerias para fomentar o ecossistema de iniciativas que buscam promover o impacto social no Brasil (<https://pipe.social/>). A organização mantém em sua página da Internet um rol de mais de 700 negócios de impacto. O questionário da pesquisa foi enviado para todos os contatos de negócios de impacto obtidos através da plataforma da Pipe Social.

6 | ANÁLISE DOS RESULTADOS

O perfil dos 161 respondentes foi caracterizado através de elementos como: tempo na função, gênero, faixa etária, estado civil e grau de escolaridade.

Em relação ao tempo na função, observou-se que 57% dos empreendedores sociais pesquisados desempenham a função há mais de 1 ano e menos que 5 anos e apenas 27% está na função há mais de 5 anos. O restante exerce a função há menos de 1 ano.

Com respeito ao gênero, 68% dos empreendedores respondentes eram do gênero masculino e 32% do gênero feminino. A faixa etária dos empreendedores sociais pesquisados está distribuída da seguinte forma: 17 empreendedores com até 24 anos, 31 possuem entre 25 e 30 anos, 30 entre 31 e 35 anos, 45 entre 36 e 45 anos, 25 entre 46 e 55 anos, e apenas 13 possuem mais de 55 anos.

Questionados quanto ao estado civil, verificou-se que 66% dos empreendedores sociais vivem em situação conjugal (casado/a, união estável, apenas moram juntos). O grau de escolaridade dos empreendedores sociais foi outro quesito analisado e mostrou que 83% dos empreendedores sociais pesquisados possui ensino superior completo. Identificou-se que dos 161 empreendedores sociais entrevistados, 134 possuem pelo menos o Ensino superior completo, destes 61 possuem Especialização/MBA, 27 têm curso de mestrado e 12 de doutorado.

A pontuação dos três itens de cada variável da competência empreendedora foi somada, os mínimos e os máximos foram identificados e foram calculados a média, o desvio padrão, a curtose e a assimetria. A Tabela 1 apresenta os resultados.

Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão	Curtose	Assimetria
BOI	6	15	13,22	1,851	1,614	-1,220
CRC	6	15	12,46	2,168	-0,203	-0,690
EQE	4	15	11,93	1,947	1,339	-0,814
PER	6	15	13,73	1,819	3,990	-1,936
COM	6	15	13,42	1,390	4,602	-1,512
BDI	5	15	12,91	1,936	0,675	-0,851
EDM	4	15	10,36	2,486	-0,437	-0,172
PMS	3	15	11,20	2,600	0,099	-0,608
PRC	6	15	12,31	2,098	-0,014	-0,567
IAC	6	15	12,46	1,887	0,028	-0,555

Tabela 1 – Estatísticas descritivas das competências empreendedoras

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Com base nos dados da Tabela 1, observa-se que a característica Planejamento e Monitoramento Sistemático (PMS) foi a única que recebeu pontuação mínima em todos os três itens e em todas as características verificou-se pontuações máximas. Todos os valores de assimetria são negativos, portanto exibem alguma assimetria à esquerda, sendo que nenhum deles ultrapassa o valor limítrofe 2, em módulo. Os valores de curtose são todos abaixo de 7, sendo os das variáveis CRC, PMS, PRC e IAC mais próximos de zero e, portanto, de uma distribuição normal. Dessa forma, tanto os valores de assimetria quanto os de curtose estão próximos da normalidade, de acordo com a definição de Finney e Distefano (2006).

A Tabela 2 apresenta a matriz de correlação entre os itens. Destaca-se que todos os valores de significância do teste de correlação de Pearson (p-valor) foram iguais a 0,000.

Variáveis	BOI	CRC	EQE	PER	COM	BDI	EDM	PMS	PRC	IAC
BOI	1,000									
CRC	0,586	1,000								
EQE	0,582	0,521	1,000							
PER	0,462	0,432	0,445	1,000						
COM	0,446	0,470	0,627	0,539	1,000					
BDI	0,459	0,394	0,493	0,424	0,605	1,000				
EDM	0,387	0,390	0,390	0,272	0,442	0,543	1,000			
PMS	0,427	0,450	0,525	0,398	0,490	0,448	0,609	1,000		
PRC	0,523	0,331	0,525	0,467	0,385	0,406	0,272	0,378	1,000	
IAC	0,403	0,426	0,444	0,546	0,509	0,436	0,333	0,386	0,421	1,000

Tabela 2 – Matriz de correlação entre as variáveis da competência empreendedora

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A Tabela 2 mostra que todas as variáveis da competência empreendedora estão significativamente correlacionadas, ou seja, são variáveis diferentes, porém relacionadas umas com as outras. A correlação mais forte foi entre as características do Comprometimento (COM) e da Exigência de qualidade e eficiência (EQE) com um valor de 0,627 e as correlações relativamente mais fracas foram entre a Persistência (PER) e o Estabelecimento de Metas (EDM) e entre a Persuasão e rede de contatos (PRC) e o Estabelecimento de Metas (EDM) com valores iguais a 0,272.

7 | DISCUSSÕES E CONCLUSÕES

Este artigo se propôs a analisar o perfil empreendedor em projetos de inovação social. A partir da revisão bibliográfica percebeu-se o crescente aumento das pesquisas sobre o tema inovação social. Na análise do perfil dos entrevistados, verificou-se que a grande maioria possui educação de nível superior, que segundo Padilla-Meléndez *et al.* (2014) pode exercer forte influência sobre a inovação em empresas de economia social.

As competências empreendedoras demonstraram correlação entre si e as que foram percebidas mais fortemente entre os empreendedores sociais pesquisados foram o **comprometimento**, a **persistência** e a **busca de oportunidades e iniciativa** e as competências **planejamento e monitoramento sistemático** e **estabelecimento de metas** apresentaram os menores resultados.

A característica do **comprometimento** está relacionada com o comportamento de manter o compromisso com o negócio, comprometendo-se muitas vezes com crenças, valores e objetivos pessoais. Em negócios de impacto social essa característica pode estar relacionada às ações que visam a transformação social, por parte de empreendedores comprometidos com a missão social que perseguem.

Da mesma maneira, a **persistência** é uma das características que fará com que o empreendedor social se mantenha comprometido com a causa social, como mostram os verbos dos comportamentos associados à mesma, no quadro de competências de Colley (1990): não desiste, reavalia, insiste ou muda, esforça-se.

A **busca de oportunidade e iniciativa** demonstra que o empreendedor social age de maneira proativa, antevendo possibilidades de negócios, avaliando lacunas de mercado e buscando aproveitar oportunidades para expandir e progredir. Assim, os empreendedores sociais buscam oportunidades e tomam as iniciativas necessárias para resolver problemas sociais.

Associada à busca de oportunidade e iniciativa, a **busca de informações** também é uma característica que demonstra a interação do empreendedor social com o ambiente ao seu redor para alcançar sua missão social e esteve presente de forma expressiva nos respondentes da pesquisa. Analogamente, a competência de **persuasão e rede de contatos**, que da mesma maneira, esteve presente em mais da

metade dos empreendedores sociais, poderá auxiliar no estabelecimento das redes de colaboração necessárias no contexto da inovação social.

As competências **correr riscos calculados** e **exigência de qualidade e eficiência** também estiveram presentes em mais da metade dos empreendedores sociais. Em contrapartida, a competência **planejamento e monitoramento sistemático** foi encontrada em aproximadamente metade dos empreendedores sociais e **estabelecimento de metas** em apenas 35% do total de entrevistados. Destaca-se que estas duas competências pertencem ao conjunto de ação do planejamento definido pelo MSI (1990) e constituem uma lacuna que precisa ser explorada pelos empreendedores sociais, para melhor estruturação de seus projetos e expansão de seus negócios. Talvez a ausência de padrões semelhantes aos das empresas tradicionais para avaliação de performance e desempenho, tenha relação com a baixa representatividade das mesmas entre os empreendedores sociais.

Conclui-se que as competências empreendedoras estão presentes em empreendedores sociais, podendo influenciar os projetos de inovação social para que alcancem sua missão social. Foi possível relacionar as características dos projetos de inovação social com as competências empreendedoras observadas nos empreendedores sociais e verificar a ligação da pouca incidência de algumas com alguns problemas identificados na literatura.

REFERÊNCIAS

- ALIJANI, Sharam et al. Building Capabilities through Social Innovation: Implications for the Economy and Society. In: **Finance and Economy for Society: Integrating Sustainability**. Emerald Group Publishing Limited, p. 293-313, 2016.
- AUSTIN, James; STEVENSON, Howard; WEI-SKILLERN, Jane. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? **Entrepreneurship theory and practice**, v. 30, n. 1, p. 1-22, 2006.
- BACQ, S.; JANSSEN, F. The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 23, n. 5-6, p. 373-403, 2011.
- BECKMANN, M. The Impact of Social Entrepreneurship on Societies In: VOLKMANN, C. K.; TOKARSKI, K. O.; ERNST, K. (Eds.). **Social Entrepreneurship and Social Business: An Introduction and Discussion with Case Studies**. Springer Gabler, p. 235-254, 2012.
- BILBAO, Nerea Sáenz; VÉLEZ, Ana Luisa López. Las competencias de emprendimiento social, COEMS: aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica. **REVESCO: Revista de estudios cooperativos**, n. 119, p. 159, 2015.
- BOYATZIS, Richard E. Competencies in the 21st century. **Journal of management development**, v. 27, n. 1, p. 5-12, 2008.
- BUENO, J. L. P.; LAPOLLI, É. M. **Empreendedorismo tecnológico na educação: vivências empreendedoras**. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 2001.

BULUT, Cagri; EREN, Hakan; HALAC, Duygu Seckin. Which one triggers the other? Technological or social innovation. **Creativity Research Journal**, v. 25, n. 4, p. 436-445, 2013.

CAJAIBA-SANTANA, G. Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 82, n. 1, p. 42-51, 2014.

COLLEY, L. Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. **Final Report. Contract No. DAN-5314-C-00-3074-00. Washington: USAID**, 1990.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010. p. 25-47; 177-205.

DACIN, Peter A.; DACIN, M. Tina; MATEAR, Margaret. Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. **The academy of management perspectives**, v. 24, n. 3, p. 37-57, 2010.

DANDOLINI, G. A.; SOUZA, J. A.; LAPOLLI, E. M. Gestão da inovação: revisão de literatura. In: LAPOLLI, E. M.; DANDOLINI, G. A.; TORQUATO, M. **Gestão empreendedora da inovação: aspectos fundamentais – Livro 1**. Florianópolis: Pandion. p. 25-78, 2014.

DEES, J. Gregory; ANDERSON, Beth Battle. Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. *Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field*, v. 1, n. 3, p. 39-66, 2006.

DIAS, Edisson Luiz. **Um estudo comparativo entre empreendedores e intraempreendedores sobre os valores referentes ao trabalho**. 2001. 195 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

FARGION, Silvia; GEVORGIANIENE, Violeta; LIEVENS, Pieter. Developing entrepreneurship in social work through international education. Reflections on a European intensive programme. **Social Work Education**, v. 30, n. 8, p. 964-980, 2011.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso. Construindo o conceito de competência. **Revista de administração contemporânea**, v. 5, n. SPE, p. 183-196, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JULIANI, D. P. **Framework da cultura organizacional nas universidades para a inovação social**. 2015. 213 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

KRACIK, M. S. **Análise das Competências Empreendedoras no Âmbito Social**. 2017. 156 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

LEADBEATER, C. **The rise of social entrepreneurship**. Demos, London, 1997. Disponível em: <<https://www.demos.co.uk/files/theriseofthesocialentrepreneur.pdf>>. Acesso em: 28 jul 2017.

LENZI, F. C. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras**. 2008. 126 f. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo – FEA/USP, São Paulo, 2008.

LIMA, Cássia Maria Paula. **Empreendedor Social: um estudo de caso**. 2013. 88 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

MACLEAN, M.; HARVEY, C.; GORDON, J. Social innovation, social entrepreneurship and the practice

of contemporary entrepreneurial philanthropy. **International Small Business Journal**, v. 31, n. 7, p. 747-763, 2013.

MAIR, J.; SHARMA, S. Performance Measurement and Social Entrepreneurship. In: VOLKMANN, C. K.; TOKARSKI, K. O.; ERNST, K. (Eds.). **Social Entrepreneurship and Social Business: An Introduction and Discussion with Case Studies**. Springer Gabler, p. 175-189, 2012.

MAN, T. W. Y.; LAU, T. Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector: a qualitative analysis. **Journal of Enterprising Culture**, v. 8, n. 3, p. 235-254., Sept. 2000.

MAN, T. W. Y.; LAU, T. The context of entrepreneurship in Hong Kong. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 12, n. 4, p. 464-81, 2005.

MARTIN, Roger L.; OSBERG, Sally. Social entrepreneurship: The case for definition. **Stanford: Stanford social innovation review**, v. 5, n. 2, p. 28-39, 2007.

MCBEAR & CO. Entrepreneurship and small enterprise development. **Washington DC: United States Agency for International Development**, 1986. Disponível em: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDAAT580.pdf. Acesso em: 22 jul 2017.

MCCLELLAND, David C. N achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. **Journal of personality and Social Psychology**, v. 1, n. 4, p. 389-392, 1965.

_____. Testing for competence rather than for" intelligence." **American psychologist**, v. 28, n. 1, p. 1, 1973.

_____. Characteristics of successful entrepreneurs. **The journal of creative behavior**, v. 21, n. 3, p. 219-233, 1987.

MITCHELMORE, Siwan; ROWLEY, Jennifer. Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. **International journal of entrepreneurial Behavior & Research**, v. 16, n. 2, p. 92-111, 2010.

MSI. Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. **Final Report. Contract No. DAN-5314-C-00-3074-00**. Washington: USAID, 1990. Disponível em: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pnabg210.pdf. Acesso em : 20 jul 2017.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The Open Book of Social Innovation**. London: NESTA/The Young Foundation, 2010. Disponível em: <www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation>. Acesso em: 11 set. 2016.

OBSCHONKA, Martin; SILBEREISEN, Rainer K.; SCHMITT-RODERMUND, Eva. Entrepreneurial intention as developmental outcome. **Journal of Vocational Behavior**, v. 77, n. 1, p. 63-72, 2010.

OCDE. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª ed. Publicação conjunta da OCDE e Eurostat. Versão Brasileira: Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). Tradução de Flávia Gouveia, 2005. Disponível em: <<http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>>. Acesso em: 16 ago 2017.

PADILLA-MELÉNDEZ, A.; ROSA DEL AGUILA-OBRA, A.; LOCKETT, N. All in the mind: understanding the social economy enterprise innovation in Spain. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 20, n. 5, p. 493-512, 2014.

PHILLIPS, W.; LEE, H.; GHOBADIAN, A.; O'REGAN, N.; JAMES, P. Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. **Group and Organization Management**, v. 40, n. 3, p. 428-461, 2015.

PHILLS, J. A.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D. T. Rediscovering social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, v. 6, p. 34-43, 2008.

PRIM, Márcia Aparecida. **Elementos constitutivos das redes de colaboração para inovação social no contexto de incubadoras sociais**. 2017. 215f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

SANTOS, F. M. A Positive Theory of Social Entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**, v. 111, n. 3, p. 335-351, 2012.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SHAW, Eleanor; DE BRUIN, Anne. Reconsidering capitalism: the promise of social innovation and social entrepreneurship? **International Small Business Journal**, v. 31, n. 7, p. 737-746, 2013.

SILVA, Daniel Branchini da. **A identidade do empreendedor social**. 2008. 168 f. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

THAKE, S.; ZADEK, S. **Practical people, noble causes**: how to support community based social entrepreneurs. New Economic Foundation, 1997. Disponível em: <http://www.zadek.net/wp-content/uploads/2011/04/New-Economics-Foundation_Practical_People_Noble_Causes_1997.pdf>. Acesso em: 28 jul 2017.

ZAHRA, Shaker A. et al. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. **Journal of business venturing**, v. 24, n. 5, p. 519-532, 2009.

SOBRE OS ORGANIZADORES

Franciele Braga Machado Tullio Engenheira Civil (Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG/2006), Especialista em Engenharia de Segurança do Trabalho (Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR/2009, Mestre em Ensino de Ciências e Tecnologia (Universidade Tecnológica federal do Paraná – UTFPR/2016). Trabalha como Engenheira Civil na administração pública, atuando na fiscalização e orçamento de obras públicas. Atua também como Perita Judicial em perícias de engenharia. E-mail para contato: francielebmachado@gmail.com

Leonardo Tullio Engenheiro Agrônomo (Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais- CESCAGE/2009), Mestre em Agricultura Conservacionista – Manejo Conservacionista dos Recursos Naturais (Instituto Agrônomo do Paraná – IAPAR/2016). Atualmente, é professor colaborador do Departamento de Geociências da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, também é professor efetivo do Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais – CESCAGE. Tem experiência na área de Agronomia – Geotecnologias, com ênfase em Topografia, Geoprocessamento e Sensoriamento Remoto. E-mail para contato: leonardo.tullio@outlook.com

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-85107-72-7

