

**FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

DAVID DE OLIVEIRA FROIS

A RELEVÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL:
Enfrentamento as demandas não atendidas pelo setor público

ARACRUZ/ES

2017

DAVID DE OLIVEIRA FROIS

A RELEVÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL:

Enfrentamento as demandas não atendidas pelo setor público

Monografia apresentada as
Faculdades Integradas de Aracruz –
FAACZ, como Requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Ciências Contábeis.

Orientador: Msc. Izaque V. Ribeiro

ARACRUZ

2017

RESUMO

FROIS, David de Oliveira. A relevância do Empreendedorismo Social e Oportunidades de negócio onde a demanda não é atendida pelo setor público :

Esse trabalho propõe a apresentar as principais generalidades introdutórias ao tema Empreendedorismo Sociais, seguindo como exemplo um contexto histórico e também a realidade brasileira. Constatando-se de que no Brasil o empreendedorismo social surge no cenário dos anos 1990, diante ao aumento dos problemas sociais, a restrição dos investimentos públicos nas áreas sociais, o avanço das organizações do terceiro setor e da cooperação das empresas na aplicação de recursos e nas ações sociais. Este trabalho também abordará assuntos que estão direta ou indiretamente ligados ao Empreendedorismo Social, assuntos como, mercado financeiro, mercado de trabalho, papel da tecnologia no desenvolvimento social, apoio de políticas públicas. Por fim, irá discorrer sobre demandas não atendidas pelo poder público mostrando como o Empreendedorismo Social é uma ferramenta essencial para o enfrentamento dessas demandas. A metodologia utilizada baseia-se em pesquisa bibliográfica, ou seja, desenvolvida a partir de materiais publicados em livros, artigos e pesquisa em internet.

Palavras Chaves: Empreendedor Social, Setor Público, Demanda, Empreendedor.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
1.1	JUSTIFICATIVA	6
1.2	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	6
1.3	OBJETIVOS	6
1.3.1	Geral	6
1.3.2	Específicos	6
1.2	METODOLOGIA	7
1.3	ESTRUTURA DO TRABALHO	7
2	EMPREENDEDORISMO SOCIAL	8
2.1	CONCEITO E HISTÓRIA	8
2.2	MODELOS	11
2.3	PAPEL DA TECNOLOGIA	12
3	EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL	13
3.1	O MERCADO FINANCEIRO BRASILEIRO	17
3.2	O MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO	19
4	A ATUAÇÃO DO EMPREENDEDOR SOCIAL	20
4.1	MODELOS ORGANIZACIONAIS	22
4.2	DEFINIÇÃO MODERNA	22
5	O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E O SETOR PÚBLICO	26
5.1	PARONAMA RÁPIDA DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL	26
5.2	CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL	31
5.3	POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL	32
5.4	REFLEXÕES SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL	36
5.5	AS PROPOSTAS DE INICIATIVAS PÚBLICAS PARA EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL	39
	CONCLUSÃO	42
	REFERÊNCIAS	43

1 INTRODUÇÃO

Ano após ano novos problemas e desafios sociais e ambientais surgem em todos os lugares do mundo, seja por uma catástrofe natural, ou uma simples necessidade de melhoria no aspecto social e ambiental. Na maioria das vezes os recursos governamentais não são suficientes para solucionar esses novos desafios que acabam ficando de lado, principalmente quando são irrelevantes. Parece até pesado a palavra irrelevante, mas infelizmente é a realidade, principalmente em países subdesenvolvidos em que as necessidades básicas de um cidadão não são completamente atendidas, quem dirá as outras necessidades.

No Brasil, a Constituição da República Federativa no Art.6º cita os direitos sociais do cidadão que são: a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, e a assistência aos desamparados.

Pode-se observar num contexto histórico e também atual, que a maioria desses direitos estão inadimplentes, ou seja, são direitos atendidos com ineficiência e em alguns lugares nem são atendidos. Um exemplo simples é o problema da saúde vivido no Brasil, onde há hospitais sem nenhuma estrutura adequada para atender de forma digna a população.

Existem pessoas que insatisfeitas com essas situações, movidas pela vontade de mudar o meio em que vivem e em ajudar ao próximo, resolvem arregaçar as mangas a fazer algo com o que se tem, seja dinheiro, conhecimento ou uma simples ideia inovadora. Empresas também tem olhado para este lado social, viabilizando verbas para o andamento ou até mesmo concretização dessas novas ideias.

Com isso a sociedade civil unindo força com entidades privadas se dispõe a solucionar ou minimizar esses problemas dando forma então ao empreendedorismo social. Entende-se por empreendedorismo social ações empreendedoras que não visam diretamente o lucro e sim a sociedade, no qual o empreendedor investe tempo e dinheiro em algo que gere melhorias sociais e ainda lhe dê lucro. Através do empreendedorismo social cria-se um vínculo

fundamental entre a sociedade e as empresas, assim trazendo benefícios para partes envolvidas.

1.1 JUSTIFICATIVA

Nesses tempos em que vivemos é preciso o envolvimento cada vez maior dos empreendedores sociais, já que o Estado, mesmo que essencial ao fornecimento de recursos, é falho no que se refere ao fornecimento destes, o que resulta nas desigualdades existentes nas sociedades.

Segundo Dees (2002) apud Tavares (p.5, 2008) “o empreendedorismo social surge de uma falha governamental e filantrópica, sendo que o termo utilizado é novo, mas o fenômeno não”.

O presente estudo justifica-se por expor a natureza do Empreendedorismo Social, evidenciando a sua capacidade de solucionar problemas sociais, mostrando sua importância e como pode ser um fator-chave para o desenvolvimento sócio, econômico e ambiental indo de encontro com a demanda não atendida pelo setor público.

1.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Mediante o exposto acima, a intenção deste estudo é responder a pergunta a seguir: Qual a relevância de empreendedorismo social no enfrentamento as demandas não são atendidas pelo setor público?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral

Analisar a relevância do empreendedorismo social no enfrentamento as demandas não são atendidas pelo setor público.

1.3.2 Específicos

- Descrever o empreendedorismo social.

- Descrever e analisar as demandas não atendidas pelo setor público e as oportunidades decorrentes.
- Expor a atuação do Empreendedorismo Social.
- Discorrer sobre a interface do Empreendedorismo Social e o setor público.

1.2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada baseia-se em pesquisa bibliográfica, ou seja, desenvolvida a partir de materiais publicados em livros, artigos e pesquisa em internet.

1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

A estrutura do trabalho está distribuída em quatro capítulos. O primeiro faz uma análise sobre o que é o empreendedorismo social, sobre sua história e qual o seu foco. O segundo aborda relevância do Empreendedorismo Social no Brasil, mostrando-o como pode ser uma ferramenta fundamental para um melhor desenvolvimento do Brasil. O terceiro foca na pessoa do empreendedor social, como esse empreendedor atua na sociedade e quais são as oportunidades que ele possui. Por fim o quarto capítulo analisa quais são as relações entre as políticas públicas e o empreendedor social no Brasil e em alguns outros países.

2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

2.1 CONCEITO E HISTÓRIA

A expressão empreendedorismo social, utilizado na literatura popular, nos dias de hoje está conectado com extensas atividades e iniciativas, portanto esclarecer o que é empreendedorismo social e quais são suas linhas conceituais não é muito simples. Uma explicação é devido aos poucos investimentos literários nessa área, também por ser um tema novo e pouco conhecido, embora que seja muito praticável desde o primórdio da sociedade.

Para Melo Neto e Froes (2001) Quando falamos de empreendedorismo social, estamos buscando um novo paradigma. O objetivo não é mais o negócio do negócio [...] trata-se, sim, do negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia.

De acordo com Cardoso (2015), o empreendedorismo social é distinto do conceito de empreendedorismo, e ainda, partilha várias semelhanças com seu primo negócio. Jean-Baptiste Say um economista francês, definiu um empreendedor como uma pessoa que "compromete-se" a uma ideia e desloca perspectivas em uma forma que ele altera o efeito que uma ideia tem sobre a sociedade.

Para Cardoso (2015) um empreendedor é ainda definido por alguém que "desloca recursos econômicos para uma área de maior produtividade e maior rendimento. A diferença entre o "empreendedorismo" e "empreendedorismo social", no entanto, decorre do objetivo de uma criação. Os empreendedores sociais procuram transformar as sociedades em geral, ao invés de transformar a sua margem de lucro, como empreendedores clássicos tipicamente procuram fazer. Os empreendedores sociais usam uma variedade de recursos para trazer a sociedades a um nível melhor de bem-estar.

O conceito "empreendedorismo social" não é uma ideia nova, mas nasceu na década de 90, tornou-se mais popular entre a sociedade e investigação acadêmica, nomeadamente após a publicação de "The Rise of the

Social Entrepreneur", de Charles Leadbeater. Apesar da definição estabelecida hoje em dia, o empreendedorismo social continua a ser um conceito difícil de definir, uma vez que pode se manifestar de várias formas (ASHOKA, 2011).

A definição ampla do conceito permite que os esforços de investigação interdisciplinares para entender e desafiar as noções atrás de empreendedorismo social. Não importa em que setor da sociedade certas organizações fazem (ou seja, empresas ou associações sem personalidade jurídica, sociedades, associações ou cooperativas), o empreendedorismo social centra-se sobre o impacto social que um esforço visa. Se o empreendedorismo social é altruísta ou não é menos importante do que o efeito que tem sobre a sociedade (ASHOKA, 2011 p.67)

Os termos empreendedor social e empreendedorismo social foram utilizados pela primeira vez na literatura em 1953 por H. Bowen em seu livro "Responsabilidades Sociais do homem de negócios". Os termos entraram em uso generalizado na década de 1980 e 1990, promovido pela Bill Dayton, Charles Leadbeater e outros. De 1950 até a década de 1990, o político Michael Young foi um dos principais promotores do empreendedorismo social e na década de 1980, ele foi descrito pelo professor Daniel Bell na Universidade de Harvard como o "mundo mais empreendedor de sucesso das empresas sociais" (SEELOS, 2015).

Michael Young criou mais de sessenta novas organizações em todo o mundo, incluindo a Escola de Empreendedores Sociais (SSE) que existe no Reino Unido, Austrália e Canadá e que apoia as pessoas a realizar o seu potencial em desenvolver, estabelecer e sustentar empresas sociais. Outro empresário social britânico notável é Andrew Mawson OBE, a quem foi dado um título de nobreza em 2007 por causa de sua regeneração urbana, incluindo o Bromley por Bow Centre em East London (SEELOS, 2015).

Embora os termos sejam relativamente novos, empreendedores sociais e empreendedorismo social podem ser encontrados ao longo da história. Uma lista de algumas pessoas notáveis, cujo trabalho exemplifica a definição moderna de "empreendedorismo social" inclui Florence Nightingale, fundador da primeira escola de enfermagem e desenvolvimento de práticas de enfermagem modernas; Robert Owen, fundador da cooperativa movimento; e Vinoba Bhave, fundador da Índia Movimento presente Terra. Esses pioneiros

promoveram novas ideias que foram ocupadas por serviços públicos dominantes no bem-estar, escolas e cuidados de saúde (SEELOS, 2015).

Grupos focados em empreendedorismo social podem ser divididos em várias categorias: empresas de base comunitária, empresas socialmente responsáveis e os serviços sociais. Profissionais da indústria e empresas socioeconômicos e empresas de base comunitária baseiam-se nos empreendimentos sociais que visam e que envolvem uma comunidade inteira.

As empresas socialmente responsáveis concentram-se na criação de um desenvolvimento sustentável através das suas iniciativas que se concentram principalmente na criação de ganhos sociais para a comunidade. Os profissionais de serviço social da indústria, tais como assistentes sociais e enfermeiros de saúde pública trabalham em serviços sociais, seja para um governo ou uma organização sem fins lucrativos. Eles pretendem expandir o capital social para os indivíduos, as comunidades e organizações. Empresas socioeconômicas incluindo corporações, buscam o equilíbrio em ganhar lucro para o auto desenvolvimento e ao mesmo tempo com a visão não lucrativa e sim com a busca de mudança social para as comunidades. Algumas organizações de empreendedorismo social não são empresas de um sentido para os negócios; em vez disso, elas podem ser instituições de caridade, organizações sem fins lucrativos ou organizações do setor do voluntariado.

Seelos, (2015) afirma que também existem organizações de suporte dedicada a capacitar empreendedores sociais, conectando-os com mentores, fortalecendo seus modelos empresariais, e preparando-os para investimentos de capital. Estas incubadoras e aceleradoras organizações fornecem escritório e espaço para reuniões (muitas vezes livre), mentoring e coaching para os fundadores de empresas sociais e líderes para ajudá-los a desenvolver as suas empresas, melhorando a eficácia do seu modelo de negócios, marketing e estratégia. Algumas organizações ajudam os líderes empreendedores sociais para incrementar sua organização, seja por tê-la a partir de uma escala local a uma escala nacional, quer de âmbito nacional a uma escala global. Algumas organizações de apoio também fornecem mentoring e coaching para empreendedores sociais.

Um empreendedor social bem conhecido é Muhammad Yunus, fundador do Grameen Bank, em 1976. Ele é conhecido como o "pai do microcrédito", e estabeleceu o microfinanciamento, movimento que visa ajudar milhões de pessoas nas comunidades rurais cedendo pequenos empréstimos. Por seu trabalho, ele foi premiado com um Prêmio Nobel da Paz em 2006. O trabalho que Yunus fez através Grameen Bank tem sido descrito como uma grande influência sobre empreendedores sociais posteriores. Os países maiores da Europa e da América do Sul tendem a trabalhar mais estreitamente com organizações públicas, tanto a nível nacional e local (SEELOS, 2015).

2.2 MODELOS

2.2.1 Sem fins lucrativos

O modelo de negócios sem fins lucrativos aproveita recursos financeiros e outros de uma forma inovadora para responder às necessidades sociais.

2.2.2 Híbrido

Essa estrutura organizacional pode tomar uma variedade de formas, mas é distinta porque o sem fins lucrativos híbridos está disposto a usar o lucro de algumas atividades para sustentar suas outras operações que têm uma finalidade social. Organizações sem fins lucrativos híbridos são muitas vezes criados para lidar com falhas de governo ou falhas de mercado, uma vez que geram receitas para sustentar a operação sem a necessidade de empréstimos, doações e outras formas de financiamento tradicional.

2.2.3 Venture negócios sociais

Estes modelos são configurados como empresas que são projetados para criar uma mudança através de meios sociais. Empreendimentos sociais

evoluíram através de uma falta de financiamento. Os empreendedores sociais nesta situação foram forçados a se tornar empreendedores que visam o lucro, porque os empréstimos e financiamento de capital são difíceis de obter para as empresas sociais.

De acordo com Bornstein (2015), há também uma ampla gama de modelos de lucro híbridos, onde um negócio convencional investe uma parte de seus lucros no social, cultural ou ambientalmente atividades benéficas. O termo "Filantropia" foi aplicado para esse tipo de atividade.

Funcionários de empresas também podem se envolver em empreendedorismo social, que pode ou não pode ser sancionado oficialmente pela empresa. Este tem sido descrito como o empreendedorismo social.

2.3 PAPEL DA TECNOLOGIA

Na Internet, há sites de redes sociais e meios de comunicação sociais que têm recursos cruciais para o sucesso e a colaboração de muitos empreendedores sociais. Na década de 2000, a Internet tornou-se especialmente útil na divulgação de informações a um vasto leque de apoiantes like-minded em curta quantidade de tempo, mesmo que esses indivíduos estão geograficamente dispersos (SEELOS, 2015).

Usando wiki modelos ou crowdsourcing abordagens, por exemplo, uma organização de empreendedor social pode obter centenas de pessoas de todo um país (ou a partir de vários países) para colaborar em projetos on-line comuns (por exemplo, o desenvolvimento de um plano de negócios ou de marketing estratégia para um empreendedorismo social). Estes sites ajudam empreendedores sociais para disseminar suas ideias para um público maior, ajudar com a formação e manutenção de redes de pessoas para ajudar a vincularem-se aos potenciais investidores, doadores ou voluntários com a organização (SEELOS, 2015).

Isso permite que os empreendedores sociais possam atingir seus objetivos com pouco ou nenhum capital inicial e pouca ou nenhuma instalação

(por exemplo, aluguel de escritório). Por exemplo, o surgimento de tecnologia apropriada de código aberto como um desenvolvimento sustentável, permite que pessoas de todo o mundo colabore na resolução de problemas locais, assim como software open source de desenvolvimento aproveita a colaboração de especialistas de software de todo o mundo.

3 EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

Segundo Rossini (2014) o Brasil é uma economia emergente e um país em desenvolvimento que apresenta vários problemas sociais, como a falta de acesso e má qualidade dos serviços de educação e saúde. Uma vez que o setor privado aumentou consideravelmente nos últimos 20 anos no gigante latino-americano, o número de empresários com o objetivo de solucionar esses problemas sociais também aumentaram, uma espécie denominada empreendedores sociais.

Em contraste, a importância das redes na sociedade e economia brasileiras é amplamente desconhecida. Pesquisas anteriores reconheceram que redes sólidas e diferentes tipos de stakeholders podem contribuir significativamente para o sucesso dos empreendedores sociais. O objetivo primordial dos empreendedores sociais é apoiar e promover a melhoria e o desenvolvimento de alguns grupos sociais ou até mesmo da sociedade em geral, (ROSSINI, 2015).

Seus grupos-alvo estão distribuídos dentro da sociedade de várias maneiras. Além disso, como a maximização do lucro não é o principal objetivo dos empreendedores sociais, os recursos são muitas vezes limitados, porque o acesso ao crédito para eles é geralmente difícil e tendem a confiar em redes para adquirir valiosos recursos. Estas redes podem incluir vários grupos, tais como família e Amigos, parceiros de negócios, clientes ou o governo.

Os empreendedores sociais podem ser grupos de apoio e apoiam-se de diferentes formas, seja financeiramente ou até mesmo com a prestação de algum serviço que, por sua vez, resulta em empreendedores sociais. A

literatura até então existente parece ter falhado em compilar uma coleção e categorização de que são cruciais para os empreendedores sociais, bem como para elaborar sobre o uso que eles fazem dessas redes.

Muitos fatores contribuem para o contexto único do Brasil que criam várias oportunidades, mas que geram desafios para os empreendedores sociais no Brasil (BARRETO, 2014).

Com uma população de aproximadamente 206 milhões de habitantes, o Brasil é o quinto país mais populoso mundo (Banco Mundial, 2015). É a sétima maior economia, com um PIB 3.264 bilhões, porém o PIB per capita é de 16.096, colocando o Brasil no 75º lugar (BARRETO, 2014).

Do ranking mundial (FMI, abril de 2015). Após um crescimento de uma década, o PIB começou a aumentar no ano de 2014, anunciando recessão. Durante o período de 2003 a 2013 o Brasil tirou da pobreza 26 milhões de pessoas e a desigualdade foi reduzida significativamente (BARRETO, 2014).

O rendimento de 40% dos mais pobres da população cresceu em média 6,1% (em termos reais) entre 2002 e 2012. Em comparação com um crescimento de 3,5% na renda da população total (Banco Mundial, 2015). Contudo, de acordo com dados do Banco Mundial, em 2012 os 10% da população brasileira detinham 42% da renda do país, enquanto os 10% pobres detinham apenas 1%.

A desigualdade é especialmente prevalente e óbvia no contexto urbano no Brasil. De acordo com um estudo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, quase 25% dos habitantes do Rio viviam em favelas. Bastante incomum para o desenvolvimento urbano, esses bairros estão muitas vezes ao lado de bairros caros, ricos e como no caso das grandes cidades.

Embora a redução da desigualdade tenha sido acompanhada pela melhora da educação, o Brasil ainda possui um baixo nível de educação.

À primeira vista, o aumento da média dos anos de escolaridade entre 1990 e 2010 é de 3,8 para 7,2, é uma melhoria significativa dos alunos. No entanto, em comparação com a média da OCDE de 10,7 anos de Escolaridade

e também para outros países da região como Argentina (9,3 anos), Chile (9,7 anos) ou México (8,5 anos), o Brasil ainda está atrasado. O mesmo se aplica aos resultados do teste PISA. Além disso, a infraestrutura do ensino secundário é muitas vezes pobre, instalações e ferramentas como bibliotecas ou computadores estão muitas vezes ausentes (MELO NETO e FROES, 2002).

Melo Neto e Froes (2013) citam que os estados mais ricos do Sul e Sudeste do país mostram números muito melhores do que no Nordeste (Banco Mundial, 2013). Assim, há muito potencial para o empreendedorismo e especialmente para o empreendedorismo social. Um relatório sobre o setor de negócios sociais no Brasil por organizações líderes neste campo enfatiza as vastas oportunidades para as empresas que são capazes de satisfazer as necessidades que não são atendidas pelo setor público.

Em áreas como saúde, educação, moradia e tecnologia, a promoção do empreendedorismo em geral é vista como uma ferramenta importante no Brasil a fim de criar empregos e gerar renda e, a longo prazo, combater a pobreza urbana (MELO NETO e FROES, 2013).

O Brasil estabeleceu muitos programas para fomentar o empreendedorismo nos níveis federal, estadual e municipal. Um exemplo proeminente é o SEBRAE, uma instituição criada pela Missão de promover o empreendedorismo e o desenvolvimento sustentável das PME. O governo destacou a educação e a saúde como prioridades para o investimento, oportunidades de cooperação com empreendedores sociais (DEMO, 2015).

No entanto, comparando as condições institucionais dos empreendedores no Brasil com os da China, Índia, Coreia do Sul ou outras economias emergentes, o Brasil ocupa o Ambiente, percepção do ambiente institucional e ambiente regulatório (DEMO, 2015).

No Brasil especialmente a natureza problemática da burocracia do país parece atrapalhar os negócios. Registrar e iniciar um negócio é um processo longo e burocrático no Brasil, que leva até 102 dias e exigindo até 12 procedimentos com órgãos governamentais, advogados etc. Cerca de 75% das variáveis do marco regulatório brasileiro estavam estagnadas ou mesmo regredindo entre 2007 e 2013. Além disso, de acordo o índice de países da

Transparência Internacional, o Brasil ocupa o lugar 72 dos 177 países em termos de corrupção. De acordo com isso, a corrupção ainda é muito prevalente apesar dos esforços para combatê-la (DEMO, 2015).

No Brasil, a amizade, as relações pessoais e uma atitude positiva são pilares da cultura. O chamado "jeitinho" descreve um estilo de vida descontraído e encantador, onde boas relações com os outros têm uma alta prioridade. Isso também afeta o mundo dos negócios, processos por meio de laços informais, pessoais e não intencionais é generalizada no Brasil (MARKMAN, 2014).

Como já foi descrito acima, os laços sociais informais são especialmente importantes quando ausentes ou, no caso do Brasil, às vezes também onde as regras formais são excessivas (MARKMAN, 2014).

A família tem uma grande importância no Brasil, pois "a família é o alicerce da estrutura brasileira (Watson, Barreira e Watson, 2000 como referenciado por Sarathy et al., 2012). Ela desempenha um papel significativo, razão pela qual a maioria das empresas são apoiadas ou administradas por famílias. Em comparação com o número de famílias as atividades empresariais nos Estados Unidos, o Brasil apresenta um número significativamente maior (MARKMAN, 2014).

No Brasil, os adultos mantêm uma relação estreita com seus pais, geograficamente, emocionalmente e também contato com membros da família, como tios, primos, etc., tende a ser fechado. É comum que esses membros da família se envolvam em atividades empreendedoras. Os membros da família empregam uns aos outros em seus negócios. Neste contexto, os parentes também amigos próximos fornecem geralmente o capital do estágio adiantado para empreendimentos.

A importância das redes empresariais no Brasil criam vantagens e desvantagens. A principal vantagem é que elas ajudam as empresas a melhorar e acelerar seus processos e acessar certos recursos com mais facilidade. A cooperação entre empresas é generalizada em todo o país. Uma grande desvantagem, no entanto, é que elas reforçam a estratificação social do país, pois excluem certas pessoas e partes da sociedade. As redes de

negócios são muito regionais no Brasil e são muito mais fortes nas regiões do sul do país, especialmente na cidade de São Paulo.

Em geral todas estão localizadas nesta área e naturalmente concentram seus serviços e atividades em empresas da região. Este foco regional é reforçado pelas longas distâncias que caracterizam o país e que muitas vezes constituem um grande inconveniente para os empresários devido à má infraestrutura, especialmente no norte do país. As empresas sociais das regiões estão excluídas das redes de empresas nacionais sólidas, incluindo programas de aceleração.

3.1 O MERCADO FINANCEIRO BRASILEIRO

Malheiros (2015) sugerem que há uma oferta crescente de capital no Brasil e que o crédito disponível no país aumentou nos últimos anos. A percentagem de crédito concedida ao sector privado aumentou significativamente entre 2007 e 2011. Além disso, a taxa de juro dos depósitos até 2014, o que incentivou os investidores a procurarem as novas oportunidades de investimento. Os investimentos de renda fixa não são mais atrativos (Malheiros, 2015).

Embora alguns fatores sugere que houve uma melhoria no acesso ao financiamento, que constitui um grande desafio para os empresários. As dificuldades mostram como o risco envolvido em empréstimos às PME é muito prevalente no contexto brasileiro.

A este respeito, é muito difícil para obter capital de risco no Brasil. Além disso, o aumento geral da oferta de capital não tem estado em pé de igualdade com o crescimento econômico do país até 2014. Além disso, a taxa de juros do Brasil para empréstimos está sempre entre as mais altas do mundo, constituindo um fator que limitou o acesso ao financiamento para empresários brasileiros.

Devido à atual recessão econômica no Brasil, as taxas de juros alcançaram 14,25%, em setembro de 2015, o maior valor nos últimos nove

anos (Wall Street Journal, 2015; Trading Economics, 2015). Estas dificuldades em emprestar dinheiro podem explicar porque a maioria dos empreendedores, em um estudo conduzido, tem usado dinheiro de parentes e amigos para iniciar os seus negócios (MALHEIROS, 2015).

Outra razão pode ser que os empreendedores tentam estabelecer de forma independente, com recursos próprios, uma vez que os empresários temem lidar com transações de dívida (MALHEIROS, 2015).

Ser um empreendedor social acrescenta ainda mais desafios para financiar a aquisição no Brasil. O número e o volume de transações para as empresas sociais permanecem relativamente baixo em relação ao crédito global do mercado. A maioria dos investidores considera o investimento em empresas sociais como uma solução entre capital de risco e a filantropia. Eles não veem isso como uma estratégia de diversificação de portfólio, mas como retornos sociais.

Assim, no Brasil, especialmente indivíduos ricos e famílias que veem o investimento de uma forma mais eficiente e profissional de filantropia, se envolvem em investimentos de impacto.

No entanto, em geral, a filantropia de risco não é um conceito entendido no Brasil; é comum para investir em empreendimentos promissores ou se envolver em filantropia. Correspondentemente, há uma falta de filantropia de risco no país, o que significa que existem poucos investidores de capital de apoio financeiro (BARRETO, 2014).

Um estudo pela ANDE Brasil (2014) identificou 28 investidores no Brasil focando-se especificamente nas ações social ou ambiental e esperando retorno financeiro. De acordo com o relatório, a maioria dos investimentos são para as empresas nas áreas de educação, saúde e inclusão financeira (BARRETO, 2014)

O foco geográfico desses investimentos está no sudeste do país, pois é aí que a maioria dos investimentos tem oportunidades. A maioria significativa (84%) destes investimentos passa a ser de capital próprio. Além dos serviços

financeiros, muitos investidores oferecem consultoria estratégica de negócios de serviços e assistência técnica às empresas de crédito.

3.2 O MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO

Para Trigo (2015), o mercado de trabalho brasileiro constitui um quadro difícil para os empreendedores. O país tem uma grande força de trabalho, mas muitos trabalhadores são semiespecializados ou não qualificados, e há uma escassez de pessoal tecnicamente qualificado. Embora o Brasil tenha alcançado a cobertura quase total da Educação primária, agora está lutando para melhorar a qualidade do sistema, especialmente no Ensino Fundamental e Ensino Médio. Assim, encontrar funcionários pode ser desafiador, também porque esses funcionários precisam estar bem nas empresas que muitas vezes não têm os recursos financeiros necessários.

Conseqüentemente, se o empreendedor social não pode encontrar empregados qualificados ou não pode dar ao luxo de contratá-los, ele pode precisar assumir tarefas para as suas principais tarefas.

Os temas do empreendedorismo estão quase completamente ausentes nos programas de Gestão de negócios ou economia, onde eles realmente seriam apropriados. Esses programas educam os alunos para uma carreira em grandes organizações ou o governo, que são vistos como carreira estável e promissora, em oposição à criação de um negócio próprio ou empresarial.

Este espírito empreendedor faltante está relacionado com a ausência do país em propagar essa cultura. A aversão ao alto risco do Brasil dificulta a iniciativa empresarial, a inovação e a prestação de serviços de apoio, tais como capital de risco (CARDOSO, 2015).

Segundo Arruda (2015), a burocracia intensa complica a contratação e a gestão de pessoal. O mercado de trabalho é extremamente protetor e inflexível, limitando os empresários com encargos administrativos. A complexidade dos contratos de trabalho resultou numa informalidade no emprego no Brasil.

Isto significa que as empresas empregam seu pessoal informalmente, em contratos de trabalho atípicos, ilegais ou sem contratos, uma vez que os custos e os esforços são relativamente elevados. Mais especificamente, tal atividade pode incluir o trabalho em conta própria, emprego em microempresas frágeis ou atividade familiar, bem como o emprego, quando a entidade patronal não fornece um acesso adequado à proteção social ou à um registro de qualquer relação contratual. Este refere-se novamente a lacunas institucionais e falhas de mercado, e a importância resultante das famílias e as outras conexões particulares para preenchê-las ou substituí-las, conforme descrito na literatura. (CARDOSO, 2015).

4 A ATUAÇÃO DO EMPREENDEDOR SOCIAL

Os empreendedores sociais impulsionam a inovação e transformação social em várias áreas, incluindo educação, saúde, meio ambiente e desenvolvimento empresarial. Eles têm objetivos de redução da pobreza com zelo empresarial, métodos de negócio e a coragem de inovar e superar as práticas tradicionais. Um empreendedor social, é semelhante a um empreendedor de negócio, constrói organizações fortes e sustentáveis (GEM, 2015)

Um empreendedor social é um líder ou visionário pragmático que:

- Atinge em grande escala, a mudança social sistêmica e sustentável por meio de uma nova invenção, uma abordagem diferente, uma aplicação mais rigorosa das tecnologias conhecidas e estratégias.
- Concentra-se em primeiro lugar na criação de valor social e /ou ecológico e tenta aperfeiçoar esses valores.
- Tenta sempre encontrar um novo produto, um novo serviço, ou uma nova abordagem para um problema social.
- Continuamente refina e se adapta abordagem em resposta a feedback.

- Combina as características representadas por Richard Branson e Madre Teresa.

Os empreendedores sociais compartilham alguns traços comuns, incluindo:

- Uma crença inabalável na capacidade inata de todas as pessoas a contribuir significativamente para o desenvolvimento económico e social
- A paixão na condução para que tudo aconteça.
- Uma postura prática, mas inovadora para um problema social, muitas vezes usando os princípios do mercado e as forças, juntamente com determinação obstinada, que lhes permite romper com as restrições impostas pela ideologia ou campo de disciplina, e empurra-los a assumir riscos que outros não ousariam.
- Um zelo para medir e monitorar seu impacto. Os empresários têm padrões elevados, particularmente em relação aos esforços de sua própria organização e em resposta às comunidades com as quais se dedicam. Dados, quantitativos e qualitativos, são as suas principais ferramentas, orientando o feedback e melhoria contínua.
- A impaciência saudável. Os empreendedores sociais não podem sentar e esperar para a mudança acontecer - eles são os drivers de mudança.

Para DRAYTON (2006), o empreendedorismo social é a aplicação de abordagens práticas, inovadoras e sustentáveis em benefício da sociedade em geral, com ênfase naqueles que são marginalizados e pobres.

Empreendedorismo Social, um termo que captura uma abordagem única para os problemas económicos e sociais, uma abordagem que atravessa vários setores e disciplinas baseadas em certos valores e processos que são comuns a cada empreendedor social, independentemente de sua área de foco que muitas vezes tem sido a educação, a saúde, reforma do bem estar, direitos humanos, direitos dos trabalhadores, meio ambiente, desenvolvimento económico, agricultura, etc., organizações que são criados sem fins lucrativos ou entidades com fins lucrativos (GEM, 2015)

Esta é uma abordagem que define o empreendedor social para além do resto da multidão de pessoas bem-intencionadas e organizações que dedicam suas vidas para a melhoria social.

4.1 MODELOS ORGANIZACIONAIS

O empresário configura uma organização sem fins lucrativos para conduzir a adoção de uma inovação que corrige uma falha de mercado ou do governo. Ao fazê-lo, o empresário envolve um corte transversal da sociedade, incluindo organizações públicas e privadas, para impulsionar a inovação através de um efeito multiplicador. Empreendimentos sem fins lucrativos alavancados dependem continuamente no financiamento filantrópico, mas a sua sustentabilidade a longo prazo é frequentemente reforçada, uma vez que os parceiros têm interesse na continuação do empreendimento (ROSSINI, 2014).

O empresário configura uma organização sem fins lucrativos, mas o modelo inclui algum grau de recuperação de custos através da venda de bens e serviços para uma seção transversal de instituições, públicas e privadas, bem como alvo grupos populacionais. Muitas vezes, o empreendedor cria várias entidades jurídicas para acomodar a obtenção de uma renda e as despesas de caridade em uma estrutura ideal (ROSSINI, 2014).

Para ser capaz de sustentar as atividades de transformação em plena e atender às necessidades dos clientes, que muitas vezes são pobres ou marginalizados da sociedade, o empreendedor deve mobilizar outras fontes de financiamento por parte do público e / ou setores filantrópicos. Estes fundos podem ser na forma de doações ou empréstimos, e até mesmo quase-capital (ROSSINI, 2014).

4.2 DEFINIÇÃO MODERNA

Na década de 2000, estudiosos e profissionais têm debatido quais os indivíduos ou organizações podem ser considerados empreendedores sociais. Até agora, não houve consenso firme sobre a definição de empreendedorismo social. Como tantos campos diferentes, disciplinas e tipos de organização são associados com o empreendedorismo social, que vão desde empresas com fins lucrativos para modelos híbridos combinando trabalho de caridade com as atividades de negócios, para não instituições de caridade lucrativas, organizações de voluntários e organizações não governamentais (SCHUMPETER, 2015).

Para NICHOLLS (2006), um empreendedor social é qualquer pessoa, de qualquer área, que utiliza estratégias de ganho de capital para alcançar um objetivo social. Empresários sociais comportam-se de um jeito totalmente social, enquanto que os empresários tradicionais são impulsionados pela busca de retornos financeiros.

Martin; Osberg, (2007) definem o empreendedorismo social em três componentes: (1) identificação de um equilíbrio estável, mas inerentemente injusto que provoca a marginalização, a exclusão ou o sofrimento de um segmento da humanidade que carece de meios financeiros ou influência política para alcançar qualquer benefício de transformação em seu favor, (2) identificar uma oportunidade neste equilíbrio injusto, desenvolvendo uma proposição de valor social, e trazendo à tona a inspiração, criatividade, ação direta, coragem e fortaleza, assim, desafiando a hegemonia do estado estável, e (3) forjar um novo equilíbrio estável que libera presos em potencial ou alivia o sofrimento do grupo alvo, e por meio da imitação e da criação de um ecossistema estável em torno do novo.

Filantropos, ativistas sociais, ambientalistas e outros profissionais de cunho social são muitas vezes referidos como empreendedores sociais. Os empreendedores sociais podem incluir uma gama de tipos de carreira e experiências profissionais, que vão desde o trabalho social e desenvolvimento comunitário para o empreendedorismo e ciência ambiental. Por esta razão, é difícil determinar quem é um empreendedor social (SCHUMPETER, 2015).

David Bornstein até usou o termo "inovação social", como sinônimo de empreendedor social, devido as criativas estratégias não tradicionais que muitos empreendedores sociais usam. Para uma definição mais clara do que o empreendedorismo social implica, é necessário definir a função do empreendedorismo social para além de outros voluntários e atividades orientadas para a caridade e identificar os limites dentro dos quais os empreendedores sociais atuam (SCHUMPETER, 2015).

Alguns estudiosos têm restringido o prazo para fundadores de organizações que dependem principalmente sobre os rendimentos auferidos (que significa os rendimentos auferidos diretamente de consumidores que pagam), em vez de rendimentos provenientes de doações ou subvenções. Outros têm ampliado a incluir o trabalho contratado para as autoridades públicas, enquanto outros ainda incluem subsídios e doações.

O empreendedorismo social na sociedade moderna oferece uma forma altruísta do empreendedorismo que incide sobre os benefícios que a sociedade possa colher. Em termos simples, o empreendedorismo se torna um empreendimento social quando transforma o capital social de uma maneira que afeta a sociedade de forma positiva (SCHUMPETER, 2015).

Ele é visto como vantajoso porque o sucesso do empreendedorismo social depende de muitos fatores relacionados ao impacto social que as empresas corporativas tradicionais não priorizam. Os empreendedores sociais reconhecem os problemas sociais imediatos, mas também buscam compreender o contexto mais amplo de uma questão que atravessa disciplinas, campos e teorias.

Segundo Dolabela (1999, p. 44), o empreendedor social não é só alguém com acúmulo de conhecimento ou de recursos, mas é alguém convicto em seus valores, atitudes e comportamentos, com uma boa percepção do mundo, voltado a atividades de risco buscando sempre inovar e sendo sempre perseverante.

Eles ganham uma maior compreensão de como um problema relaciona-se com a sociedade e permite que os empreendedores sociais, para desenvolver soluções inovadoras, mobilizam recursos disponíveis para afetar a

sociedade global. Ao contrário das empresas corporativas tradicionais, empreendimentos de empreendedorismo social se concentram em maximizar ganhos na satisfação social, em vez de maximizar os ganhos de lucro (SCHUMPETER, 2015).

Ambas as agências públicas e privadas em todo o mundo tiveram iniciativas de bilhões de dólares para capacitar as comunidades e os indivíduos privados. Tal apoio de organizações da sociedade, tais como as agências de ajuda do governo ou empresas privadas, podem catalisar ideias inovadoras para atingir um público maior.

Personalidades eminentes associadas ao empreendedorismo social incluem paquistanesa Akhter Hameed Khan e de Bangladesh Muhammad Yunus. Yunus foi o fundador do Grameen Bank, que foi pioneira no conceito de microcrédito para apoiar empreendedores inovadores em vários países da Ásia, África e América Latina em desenvolvimento. Ele recebeu o Prêmio Nobel da Paz por seus esforços. Outros, como o ex- prefeito de Indianapolis Stephen Goldsmith dirigida esforços sociais a nível local, utilizando o setor privado para fornecer serviços a cidade (SCHUMPETER, 2015).

Bill Dayton fundou Ashoka em 1978. Esta organização, que opera em vários países, encontra empreendedores sociais locais para apoiar através de um processo de avaliação em três etapas. Dayton diz a seus funcionários que procura quatro qualidades nos candidatos: criatividade, qualidade empreendedora, impacto social da ideia, e fibra ética. Criatividade tem duas partes: o estabelecimento de objetivos e de resolução de problemas. Os empreendedores sociais são criativos o suficiente para ter uma visão do que querem que aconteça e como fazer essa visão acontecer (SCHUMPETER, 2015).

Em seu livro *O Poder do Unreasonable* Pessoas John Elkington e Pamela Hartigan identifica por que os empreendedores sociais são como eles dizem, não razoáveis. Eles argumentam que esses homens e mulheres procuram o lucro da produção social. Eles também ignoram evidências sugerindo que suas empresas irão falhar e tentam medir os resultados que ninguém está equipado para medir (SCHUMPETER, 2015).

Os empresários têm, "um zelo para medir e monitorar seu impacto". Os empresários têm padrões elevados, particularmente em relação aos esforços de sua própria organização e em resposta às comunidades com as quais se dedicam.

Dados, quantitativos e qualitativos, são as suas principais ferramentas, orientando o feedback e melhoria contínua. A qualidade empresarial constrói a partir da criatividade. Não só os empresários que têm ideias e que só eles devem implementar ou que saibam como implementá-la.

De acordo com Oliveira (2014) o Impacto social se mede na própria ideia que será capaz de causar a mudança. Se uma ideia tem valor intrínseco, uma vez implementada, irá causar a mudança, mesmo sem a liderança carismática do primeiro empresário. Um dos motivos que esses empresários não serem razoáveis é que eles não são qualificados para a tarefa que assumem. A maioria dos empresários não têm estudado as habilidades necessárias para implementar as suas ideias.

Em vez disso, eles trazem uma equipe de pessoas qualificadas em torno de si. É a ideia que atrai esta equipe. Fibra ética é importante porque os líderes que estão prestes a mudar o mundo devem ser confiáveis.

5 O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E O SETOR PÚBLICO

5.1 PARONAMA RÁPIDA DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Há uma grande e confusa definição sobre as limitações referidas ao empreendedorismo social, no entanto, pode-se distinguir pontos comuns. De acordo com Oliveira (2014), a pouca literatura sobre empreendedorismo social têm fontes em artigos e trabalhos produzidos em outros países, de modo que a maior parte do empreendedorismo social conhecida no Brasil hoje é influenciada por conceitos de países como Reino Unido, Canadá, Suíça e EUA.

Na conceituação internacional, o empreendedorismo social é um tipo de empreendedorismo destinado ao público ou um benefício social (Social Escolar

empreendedorismo - UA), tendo como características tradicionais, visão, criatividade, determinação e foco em inovação social (Canadian Entrepreneurship Social Centre). (GEM, 2014)

Além disso, são empresas que visam a resolução de problemas sociais através da criação de parcerias, isso significa o uso de auto sustentabilidade. Elas transformam a comunidade graças a parcerias estratégicas, usando abordagens baseadas no mercado para resolver os problemas sociais, para a identificação de novos mercados e as oportunidades para o financiamento de uma missão social (GEM, 2014).

Organizações focadas em empreender em programas sociais que estão disponíveis para as pessoas (empreendedorismo social baseia-se nas competências de uma organização), tornando-os menos dependentes do governo e da caridade. Geralmente, as principais características do empreendedor social é dada pelo fator de ser uma organização sem fins lucrativos, no entanto, esse rótulo pode ser enganoso: ao contrário da percepção popular, organizações sem fins lucrativos estão autorizados a fazer um lucro (um excedente de receitas sobre as despesas) (OLIVEIRA, 2014)

No entanto, ao contrário de organizações com fins lucrativos, organizações sem fins lucrativos não podem distribuir este excedente para aqueles que têm uma participação de controle na organização (ou seja, funcionários, diretores ou empregados). Assim, as organizações sem fins lucrativos não têm proprietários.

Nenhum indivíduo ou grupo de indivíduos tem o direito de desperdício econômico. Esta restrição é a característica central que define a organização sem fins lucrativos. O objetivo desta "restrição não distribuição" é manter as pessoas em organizações sem fins lucrativos para lucrar pessoalmente à custa dos doadores, membros, voluntários ou beneficiários. Qualquer excedente econômico deve ser usado para promover a missão social da organização. (OLIVEIRA, 2014).

Empreendedorismo como a descoberta de oportunidades e de exploração abrange empreendedorismo comercial na busca de oportunidades comerciais para o desenvolvimento econômico, ao passo que o

empreendedorismo social procura oportunidades para fins sociais (GEM, 2015).

Universidade de Harvard amplia o conceito de empreendedorismo social como o seguinte: o empreendedorismo social cria soluções inovadoras para problemas sociais imediatos e mobilizam as ideias, capacidades, recursos e mecanismos sociais necessários para o desenvolvimento sustentável e transformação social. Empreendedor Social tem focado em soluções que não são apenas eficazes, mas também sustentável e, idealmente, replicável em uma variedade de contextos em todo o mundo.

Os empreendedores sociais compartilham características com empresários e técnicas tradicionais, tais como a utilização de teorias de negócios já testadas e praticadas com o foco em inovação. Seu trabalho se estende por todos os setores do setor privado, sem fins lucrativos e governamentais. (Schott, 2015).

Para Ashoka (2011), o empreendedorismo social é caracterizado por um desenvolvimento com as preocupações que vão além da dicotomia do público contra (geração de lucro) privado. De acordo com Ashoka (2011) empreendedor navio-sociais podem ser classificados em:

- a) setor voluntário: instituições de caridade, associações habitacionais e associações comunitárias.
- b) setor da comunidade: pequenos grupos organizados localmente, e incluem as sociedades civis, grupos de apoio e associações comunitárias e de vizinhança.
- c) setor empresarial social: as organizações são empresas com objetivos sociais, tais como cooperativas de crédito e empresas de interesse da comunidade.

O primeiro projeto de pesquisa GEM Brasil com base em Empreendedorismo Social ocorreu em 2014 e resultou na criação do Empreendedorismo Social Taxa de Atividade (SEA - Empreendedorismo Social Atividade). No Brasil, a SEA foi encontrado para ser de 1,05%.

Em comparação com outros países como o Reino Unido onde quantidade de empreendedores é de 6,6% pode-se concluir que o empreendedorismo social no Brasil é baixo, no entanto, em números absolutos o Brasil supera 1 milhão de empreendedores sociais.

A pesquisa da GEM (2014) mostra que a diferença encontrada entre as altas taxas de empreendedorismo por necessidade e baixas taxas de empreendedorismo social (o Brasil está em quarto lugar no empreendedorismo de necessidade) é explicado por um fenômeno comum a duas esferas: "O brasileiro manifesta como uma prioridade o compromisso com a sua própria sobrevivência antes de empreender com os objetivos sociais ou comunais "(GEM, 2014).

De acordo com o referido relatório, a fragilidade do sistema educacional brasileiro, em parte, explica as altas taxas de empreendedorismo por necessidade, porque uma pequena porção de empresários brasileiros têm o ensino superior completo ou incompleto, enquanto o Brasil é um dos países com o maior número de empresários com baixa escolaridade.

A situação oposta ocorre perante o empreendedorismo sociais onde, tanto no Brasil como na maioria dos países desenvolvidos ou em desenvolvimento, o grupo com o maior nível de educação formal tendem a ter maiores taxas de empreendedorismo social, 75% dos empreendedores sociais têm pelo menos o ensino médio completo, que mostra que o empresário tem uma maior capacidade, quando comparado com o empreendedorismo convencional.

A instituição das empresas sociais tem a capacidade de modificar o ambiente em que está inserido através do desenvolvimento humano, social e cultural. A sua sustentabilidade depende do início deste círculo virtuoso dentro de uma sociedade. Melo Neto e Froes (2002) cita o empreendedorismo social como um paradigma que emerge de um modelo de desenvolvimento humano, social e desenvolvimento sustentável.

Assim, a comunidade autossustentável é a viabilidade por meio de ações para promover o empreendedorismo social e novas estratégias de inclusão social e sustentabilidade. O início do círculo virtuoso de empresa

social dentro de uma comunidade dá lugar a um processo de transformação da sociedade caracterizado pelo aumento dos níveis de sociedade do conhecimento em relação aos seus recursos, capacidades e competências, níveis crescentes de conscientização da comunidade sobre o seu próprio desenvolvimento.

A mudança de valores pessoais, o envolvimento da comunidade nas atividades empresariais locais, aumentam a sensação de conectar as pessoas com a sua cidade, terra e cultura, estímulo e alternativas sustentáveis para o desenvolvimento. Isso transforma a população em proprietários e empresa social local operadores, incluindo os movimentos sociais e melhorando assim a qualidade de vida de seus habitantes (MELO NETO e FROES, 2002).

Em relação ao papel das empresas sociais na comunidade, o foco em empresas sociais manteve-se como a prestação de serviços e produtos a um custo baixo em comparação com o setor privado e o desempenho social e ambiental - como a redução da pobreza e da exclusão social e redução dos impactos ambientais nocivos. A criação de emprego, ao mesmo tempo muito importante, não teve tanto de um foco (MELO NETO e FROES, 2002).

No Empreendimento Social na estratégia para o sucesso há uma breve declaração de que "empresas sociais criem novos produtos e serviços e desenvolvam oportunidades para os mercados onde as empresas geralmente não podem ou não querem investir (DTI, 2002)" O relatório traz à luz o importante papel das empresas sociais, o combate à exclusão social, através de programas que levam uma comunidade de volta ao mercado de trabalho, este programa é chamado de "Renovação dos Bairros", promovendo a participação e aumentando a formação social e regeneração local (MELO NETO e FROES, 2002).

Esta é uma das faces do empreendedorismo social nas comunidades, em vez de prestação de serviços e preenchendo lacunas onde a ação do governo é inexistente, o empreendedorismo social é vital para uma comunidade que quer desenvolver de uma forma digna e consciente na busca da emancipação individual e coletiva.

5.2 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Nos EUA, os dados do GEM (2014) indicam um interesse crescente no empreendedorismo social. Enquanto a maioria dos homens começam e crescer nos negócios tradicionais, concentrando-se exclusivamente na economia, as mulheres ganham força no campo social. Em 2007, apenas 25% das mulheres empresárias foram identificadas como fundadores ou gerentes de empresas com objetivos socioeconômicos, em 2008, o percentual subiu para 53%.

A faixa etária dos empresários americanos que são mais propensos a se envolver em metas sociais é 55-64 anos, adultos de 25-34 anos são os menos propensos a se envolver em causas sociais (GEM, 2014). As atividades de saúde, educação, desenvolvimento urbano e meio ambiente são os setores mais populares em empresas sociais que estão apenas começando. Empregabilidade nos EUA é reforçada segundo dados do GEM (2014), que mostra que cada empresa com objetivos socioeconômicos estão a gerar, em média, 42 postos de trabalho por ano, enquanto que as empresas tradicionais gerar, em média, 28 postos de trabalho por ano do projeto.

Nos EUA, há um crescente interesse em envolvimento em causas sociais, mas com uma visão mais ampla em relação a outros países, porque consideram atividades sociais: objetivos sociais nos negócios, inovação social, a filantropia de risco, além de atividades das ONGs no Terceiro Mundo, cobrindo com isso, várias práticas de negócios (GEM, 2015).

Na Dinamarca, um terço dos adultos que trabalham estão envolvidos em atividades sociais, especialmente os idosos, com formação superior e rendimentos mais elevados (GEM, 2015), como é no Brasil, é possível detectar um maior nível de educação e renda entre os empreendedores sociais do que outros tipos de empreendimentos.

Um padrão distinto de empreendedorismo social é que os voluntários dinamarqueses parecem ser o motor do modelo de empreendedorismo social

no país que deseje participar das atividades sociais da comunidade e dessa forma contribuir para a mudança de um cenário problemático.

Há uma regularidade no perfil de empreendedores sociais em todos os países estudados. Como é o caso no Brasil e os EUA, em Israel 58% dos fundadores das empresas sociais eram mulheres, a maioria (90%) tinham mais de 40 anos de idade, apenas 43% empresários tinham experiência administrativa anterior, enquanto 57% tinham experiência anterior na área em que a empresa operava. O capital inicial disponível para as empresas na fase inicial foi a seguinte: a maioria das empresas teve capital cerca de US \$ 2.500,00, 24% das empresas tiveram capital cerca de \$ 50.000,00, e menos de 10% tinham mais de US \$ 200.000,00. O investimento inicial da maioria dos empreendimentos sociais é cerca de US \$ 50 mil, e as fontes são iniciativas que variam, incluindo público, privado e filantrópico (RAO, 2014).

5.3 POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O interesse na participação do Estado no empreendedorismo social não é novo: Em 1978, uma das conclusões do relatório da Comissão Wolfenden no Reino Unido enfatizou a necessidade de cooperação entre o Estado e o terceiro setor. No entanto, a natureza burocrática, política e inflexível dos governos muitas vezes feita baseada em implementação de políticas sociais ineficientes (RAO, 2014).

Como resultado, os empreendedores sociais frequentemente são procurados para preencher essas lacunas onde o governo falhou, salientando o valor social para além do retorno financeiro

O acoplamento entre o empreendedorismo e as suas condições, especialmente as condições políticas, diferem entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento. Em uma sociedade que normalmente é desenvolvida, há uma forte ligação entre empreendedorismo e política, enquanto este vínculo enfraquece uma sociedade em desenvolvimento

(LONGENECKER,2015). De acordo com LONGENECKER (2015) as necessidades da organização são orientados diretamente para a sua idade e tamanho, assim, os objetivos de políticas organizacionais também irá variar com a idade, estágio de desenvolvimento e tamanho da organização (LONGENECKER,2015).

Estudos realizados por Longenecker (2015) mostram que a capacidade das empresas sociais para obter subsídios do governo é inversamente proporcional à sua capacidade de gerar renda, ou seja, as empresas sociais que recebem renda com a venda de produtos / serviços, ou através de doações são menos propensos a receber ajuda do governo. Dados como a idade do desenvolvimento e importância de seus objetivos sociais também são analisados. De acordo com a Schott (2015) ainda há margem para melhorias, porque em seu estudo mais da metade dos empreendedores sociais ficaram satisfeitos com o apoio de políticas públicas, o restante foi dividido entre indecisos e insatisfeitos.

Em Hong Kong, um exemplo de políticas públicas adotado foi o sistema de orientação ou consultoria: uma empresa social que usa suas experiências para dar conselhos sociais e usa como uma fonte de conhecimentos (GEM, 2015). O empreendedorismo social começou a atrair a atenção no Reino Unido em 1995, no entanto, só começou a receber um apoio significativo do governo em 1997, com o colapso do fordismo, a crise do Estado e o desaparecimento de empregos novas oportunidades foram assim criados para o setor, geralmente em atividades que prestam serviços como educação, saúde, assistência social, habitação e reciclagem ambiental.

No Reino Unido, compromisso público de causas sociais ganharam impulso com o governo de Tony Blair, mesmo antes da eleição, em 1997, uma revisão das relações com Partido Trabalhista do terceiro setor levou à publicação de "Construindo o Futuro Juntos" pelo Partido Trabalhista, foi um pacto proposto entre o partido e do terceiro setor. Houve algumas mudanças sutis nas políticas, tais como um maior enfoque na empregabilidade, educação e inovação, embora o papel do Estado é limitado: de acordo com Longenecker (2015), o estado foi rebaixado para agir como um mercado.

Políticas de Tony Blair era uma forma muito importante para sinalizar que o empreendedorismo social no país poderia seguir, como parcerias com o Governo ou fornecedores, serviço à sociedade etc. Assim, o foco maior na política local e regional e do sector social se tornou mais confiável para sociedade do que o setor público. Após a eleição, em 1997, foram implementadas várias políticas de apoio ao empreendedorismo social, incluindo a Charity Tax Review conduzido pelo Tesouro, a Lei da Caridade, cujo objetivo era criar um quadro jurídico moderno de apoio e incentivo para uma forte, diversificada e independente agenda política Pública para o terceiro setor que busca benefício mútuo entre empresas sociais e do Governo (MARKMAN, 2013).

Outro programa de investimento é Change Up (Home Office, 2014), que teve como objetivo fortalecer a infraestrutura em áreas prioritárias de melhoria de desempenho, governança, desenvolvimento de pessoal, recrutamento voluntário, gestão e geração de renda. Estes programas têm aumentado o financiamento para o setor social para quase £ 70 bilhões, a maior parte deste investimento foi destinado para a habitação. Em 2002, o governo britânico estabeleceu Empresa Unidade Social (Senu -Social Empresa Unit), Ministério do Comércio e Indústria (DTI - Departamento de Comércio e Indústria) no retorno para o desempenho das empresas sociais no país, como forma de reconhecer o potencial empreendedor do país (MARKMAN, 2013).

Os objetivos da Senu foram estudar a dimensão da atividade social no Reino Unido, com o objetivo de regular o ambiente de negócios no apoio a empresas sociais, e encontrar maneiras de ajudá-los a melhorar o seu desempenho. Desde então, o governo tem apoiado o CDFI - Desenvolvimento comunitário Instituições Financeiras, introduzindo novas taxas com benefícios fiscais para os investidores através da criação de uma nova empresas com os interesses corporativos, estendendo o regime de garantia de empréstimo para pequenas empresas para incluir empresas sociais, incentivados a prestação de apoio adequado para estas empresas e apoiando o desenvolvimento da Coalizão de empresas Sociais para fornecer uma voz unificada para a indústria quando se trata de governo e outras partes interessadas (MARKMAN, 2013).

As políticas do governo na Dinamarca são estatísticas que são refeitas anualmente e de forma consistente a favor das novas empresas. Suporte para empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade para a política do governo nacional e local. Assim, as novas empresas podem obter todas as autorizações e licenças necessárias, em cerca de uma semana, e ainda têm baixos impostos que são aplicadas a novas empresas e empresas em crescimento de forma consistente e previsível (GEM, 2015).

A Dinamarca adota procedimentos para as políticas públicas de apoio ao empreendedorismo eficaz, que se estendem a todas as empresas e que são auditadas anualmente. Essas políticas incluem benefícios como: contato com todas as políticas em uma agência, parques de ciência e viveiros, número adequado de programas governamentais para as empresas novas e em crescimento, entre outros programas que visam o crescimento e desenvolvimento das empresas sociais. Dados do GEM (2015) mostra que o país tem uma grande representação das empresas sociais em comparação com empresas comerciais, ou seja, empresas dinamarquesas tendem a dar mais importância aos objetivos sociais do que a objetivos económicos.

É claro que o Governo dinamarquês está preocupado com a implementação de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo social. Os Centros de Empreendedorismo Social na Universidade de Roskilde, com mestres e estudantes de doutorado, bem como o Copenhagen Business School têm aumentado as suas atividades de empreendedorismo social. Várias cidades dinamarquesas também estão em processo de desenvolvimento de estratégias para empresas sociais (GEM, 2015).

Algumas iniciativas inicialmente patrocinadas pelo governo pode chegar a um grau de autonomia ao ponto de se tornar organizações sociais para apoiar o empreendedorismo social totalmente da iniciativa pública e alcançam a independência e sustentabilidade em suas atividades.

5.4 REFLEXÕES SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL

O empreendedorismo social no mundo é um tema cada vez mais recorrente. Vários estudos e investigações chegam a conclusões que mostram a importância do desempenho deste setor na sociedade, bem como a importância do Estado como uma ferramenta para apoiar esses empreendimentos. No entanto, o Brasil ainda carece de regulamentação, investigação e apoio principalmente do governo para o setor social, para crescer e se desenvolver no ritmo e a satisfação em empreendimentos comerciais.

Os dados do GEM (2014) delineiam um perfil do empreendedor social como alguém que é mais velho, geralmente uma mulher, com altos níveis de educação e renda, com um perfil muito próximo ao voluntariado, o que não é sinônimo de empreendedor social. As causas sociais ainda são realizadas com uma certa timidez, e por pessoas que têm a doença e estão se preparando para riscos e perdas econômicas calculadas.

É neste contexto que é necessário, não só para facilitar as pessoas de elevado crescimento recentemente que entram na esfera social do papel do Estado como promotor de causas sociais, mas também para que as empresas sociais existentes possam crescer e se desenvolver de uma forma autossustentável e, assim, servir como uma ferramenta para apoiar novos empreendimentos.

A diversidade de visões "ideologias, teorias e filosofias" de organizações sociais (OLIVEIRA, 2014) é refletido na heterogeneidade institucional do terceiro setor. As organizações variam em tamanho - e podem ser pequenos grupos informais e associações comunitárias, ou grandes organizações, legalmente constituídas como organizações não-governamentais: associações, cooperativas e instituições de caridade (OLIVEIRA, 2014). Ou seja, as empresas sociais têm diferentes necessidades e ações, que podem variar por tipo de serviço / produto oferecido ao nível da comunidade em que estão inseridas, por seus objetivos sociais, pela sua localização geográfica, entre

vários outros fatores. Assim, se há tanta diversidade entre empresas sociais diferenciados as políticas públicas devem ser consideradas a fim de satisfazer cada uma das necessidades destes projetos, sendo mais eficiente e confiável, tanto para a comunidade e para as partes interessadas envolvidas nas atividades.

Como mencionado no texto, a intervenção direta do Estado no empreendedorismo social pode não ser a forma mais eficaz de apoio, e de acordo, pode haver uma tendência de ver o papel do governo como facilitador ao invés de prestador direto de serviços sociais e as necessidades económicas. Cardoso (2015) afirma que o governo pode se envolver em uma série de papéis como financiador de recursos para serviços básicos de desenvolvimento comunitário destinados principalmente a casos em que o mercado não conseguiu fornecer o financiamento. Esses serviços e organizações similares ou aqueles que têm os mesmos objetivos sociais, a fim de padronizar os produtos e serviços oferecidos, buscando a cooperação e benefício mútuo dessas organizações.

O governo também pode incentivar a melhoria contínua da qualidade, incentivando a avaliação comparativa entre as organizações de apoio ao empreendedorismo social. Ele pode regular e fornecer um sistema de certificação de qualidade para esses projetos, mostrando o "caminho das pedras" estimulando o desenvolvimento de longo prazo destas organizações, provendo autoconhecimento e pontuando as consequências de suas ações, tanto para a sociedade e para outras organizações.

De acordo com Cardoso (2015) na maioria dos países, as empresas sociais não são grandes, mas são pequenas empresas. Embora haja um pequeno número de grandes organizações com uma renda de vários milhões de libras (por exemplo, Oxfam, Real Instituto Nacional para os Cegos, Barnardos UK), a maioria são pequenas e volume de negócios bem maiores. Outra característica das organizações voluntárias e comunitárias no terceiro setor é a sua dependência sobre os rendimentos de filantropia e doações tradicional.

Esta desvantagem pode ser resolvida com cooperativas e empresas sociais que trabalham no mesmo campo, esta é uma lacuna que o governo pode agir de acordo com apoio político. O governo tem seus próprios canais que podem promover o empreendedorismo social no Brasil, por exemplo, existem embaixadas ao redor do mundo que podem ajudar as pequenas empresas a aderir e começar a comercializar os seus produtos a nível internacional (DEMO, 2015).

Assim, é possível saber que em algumas áreas em que o governo brasileiro pode atuar como uma ferramenta para apoiar as empresas sociais, promovendo o crescimento e desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento local permite o surgimento de comunidades mais sustentáveis, capazes de satisfazer as suas necessidades imediatas, encontrar vocações locais e despertar suas potencialidades específicas e fomentar o intercâmbio no exterior aproveitando suas vantagens locais. Suas luzes orientadoras são: treinamento para gestão, diagnóstico e participativa no planejamento, cooperação, fomentando o espírito empresarial, oferta pública conjunta de programas com a demanda social da localidade e a criação de um novo participativo institucional (DEMO, 2015).

Embora o governo brasileiro criou a Economia Nacional de Solidariedade, em 2003, no âmbito do Ministério do Trabalho e Emprego, com o objetivo de promover o fortalecimento e a promoção da solidariedade econômica através de políticas integradas com a finalidade do trabalho gerando e renda, inclusão social e promoção da justiça e solidariedade, medidas adicionais ainda são necessários para fortalecer a empresa social.

Por exemplo, Melo Neto e Froes (2002) sublinha a "crise de desânimo" em todo o processo de criação enfrentado por empreendedores sociais como resultado da dificuldade enfrentada e pouco apoio recebido, da mesma forma, Rossini (2014) alerta para a necessidade de discutir a sucessão na empresa social brasileira, que é outra dificuldade enfrentada ao longo do caminho, e ainda, Melo Neto e Froes (2002) comentou sobre a dificuldade na obtenção de visibilidade da empresa social brasileira e representatividade social.

5.5 AS PROPOSTAS DE INICIATIVAS PÚBLICAS PARA EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

Em resumo, segundo Rouere (2014) considera o contexto brasileiro, dada a análise de programas e políticas para promover empreendedorismo social nos países comentado, algumas propostas de políticas públicas que constituem eixos de ação com metas para melhoria para o empreendedorismo social do Brasil foram tiradas, como:

a) Promover a criação de uma agência centralizada de Apoio à Política de Empreendedorismo Social, com o apoio local e agir como uma articulação instituição entre as políticas locais e outras organizações de carácter social, criando, assim, um agente sinérgico processo em um local, estadual e nacional nível.

b) Criar um banco de dados com dados abrangente e interoperabilidade entre as organizações e agências de apoio. Construir a integração de dados e subsistemas de informação contendo os registros de experiências, relatórios de pesquisa e da indústria acadêmicos que estão subutilizados e dispersos em diferentes instituições que fornecem o acesso generalizado a esses bancos de dados, que são facilitadas pela internet.

c) Adaptar medidas para aumentar a visibilidade das empresas através da comunicação e mobilização social. Envolvendo estações de televisão locais e rádio comunitária com as empresas sociais na região difundindo percepções da vida social. Monitoramento e divulgação de empreendimentos sociais também pode aumentar a confiabilidade para os investidores, empregados e outras instituições buscam integração e cooperação.

d) Conhecer o papel do terceiro setor, os números e os grupos de maior necessidade por meio de um banco de dados integrado, fiável e atualizada regularmente.

e) Incentivar o estudo das escolas locais, como informações sobre a cidade onde vivem, a cultura de origem dos seus imigrantes, problemas econômicos,

sociais e locais relativas ao meio ambiente local, como uma maneira de transformar as crianças em futuros cidadãos conscientes de sua realidade e ciente de como eles podem atuar na sociedade, a fim de mudar este cenário. Oportunidades para alcançar objetivos sociais e culturais, bem como a necessidade econômica a ser promovida e integrada no tecido social (GEM, 2007). Encorajar futuros programas de investigação em universidades, dando total apoio a pesquisadores neste tema.

f) Solicitar vários parceiros envolvidos, como centros de pesquisa, universidades, organizações de defesa e financiamento, ONGs, empreendedores sociais, gestores públicos, organizações comunitárias e cooperativas a fim de encontrar interesses comuns.

g) Identificar os grupos que estão à espera de políticas socioeconômicas (pessoas com deficiência, jovens e crianças, os idosos, as pessoas com baixa renda, desempregados, minoria racial, etc.) em subgrupos de acordo com a necessidade: emprego, assistência social, educação / cuidado da criança, saúde, habitação, etc. Dessa forma, você pode identificar as áreas onde empreendedor Social-navio pode agir de determinada região.

h) Promover o fornecimento de produtos e serviços de acordo com as necessidades dos subgrupos. A Cooperativa de Reciclagem ou Regional Centro Comunitário de Bordadeiras para promover a criação de emprego e preservação do meio ambiente, o incentivo ao voluntariado para esportes, lazer e / ou atividades educativas com as crianças, os jovens e os idosos, entre outros.

i) Envolver as populações locais na gestão das estruturas do terceiro setor buscando a melhoria do capital social local. O capital social é entendido como redes entre as pessoas através do qual a confiança interpessoal é criada. Há estudos que relacionam positivamente o capital social com o desenvolvimento econômico e o desenvolvimento dos jovens.

j) Organizar um sistema integrado de apoio financeiro para os empreendedores sociais capazes de identificar oportunidades de investimento na região e

identificar oportunidades de empreendedorismo social, ou mesmo em locais mais remotos que têm interesse em investir em causas sociais de outras regiões, tornando-se posteriormente um promotor de desenvolvimento local.

É importante saber que o trabalho de empresas sociais não podem substituir o papel do governo, nem deve ser subserviente a ele. Essas proposições são apenas um ponto de partida para apoiar o desenvolvimento da comunidade local, a melhor distribuição de bens e serviços, promovendo individual e emancipação coletiva, que é uma das principais bases do empreendedorismo social.

CONCLUSÃO

O interesse em empreendedorismo social está crescendo muito, não só no Brasil, mas no mundo. Vários países desenvolvidos têm um passo à frente para desenvolver políticas de apoio nesta área não só como uma ferramenta para preencher as falhas de governo, tais como a pobreza, a saúde, a educação, o desemprego, entre outros, mas também por causa de todos os benefícios que as empresas sociais têm em relação à sociedade.

No entanto, é possível identificar uma falta de apoio político para o empreendedorismo social no Brasil. Dadas as necessidades no contexto brasileiro de melhorias em várias áreas em que o Estado não pode cobrir ações na sua totalidade, como a exclusão social, distribuição de renda e, especialmente, a profissionalização da juventude e criação de emprego, precisando de uma análise profunda de como o empreendedorismo social pode atuar como um elemento básico deste cenário.

Assim, com o Brasil um país em rápido desenvolvimento, é importante para verificar a políticas públicas que apoiam o empreendedorismo social nos países já desenvolvidos e realizar estudos sobre a adequação e aplicabilidade dessas políticas na realidade brasileira. As tendências do empreendedorismo social em alguns países desenvolvidos, e as políticas públicas implementadas por esses países, vem crescendo cada vez mais.

O empreendedorismo social tem vindo a ganhar o apoio do governo em vários países, criando assim oportunidades para as minorias e indivíduos carentes de recursos. É importante destacar que o perfil dos empreendedores sociais identificados nos estudos não é compatível com as propostas de empreendedorismo social e metas sociais, exclusão e emprego. Isto requer políticas públicas que se aproximam do perfil dos empresários com os objetivos a serem alcançados, de modo que o empreendedor identifica com a causa pela qual eles estão lutando.

REFERÊNCIAS

- ASHOKA Empreendedores Sociais e McKinsey & Company, Inc. **Empreendimentos sociais sustentáveis: como elaborar planos de negócio para organizações sociais**. São Paulo: Petrópolis, 2011.
- BARRETTO, Margarita; TAMANINI, Elizabete; SILVA, Maria Ivonete Peixer da. **Discutindo o ensino universitário de turismo**. Campinas: Papirus, 2014
- BORNSTEIN, David. **Como mudar o mundo: empreendedores sociais e o poder das novas ideias**. Rio de Janeiro: Record, 2015
- CARDOSO, Gabriel. **Mude, você, O mundo. Manual do empreendedorismo social** 1ed.—São Caetano do Sul, SP: 2015
- DEMO, Pedro. **Solidariedade como efeito de poder** (Coleção Prospectiva; v.6) .Instituto Paulo Freire, São Paulo. 2015
- GEM, **Executive Report**. 2015Disponível em: www.gemconsortium.org/report . Acesso em 1 novembro de 2016
- GEM, **Empreendedorismo no Brasil – 2014: Relatório Executivo**. Disponível em: www.gemconsortium.org/report. Acesso em 1 novembro de 2016
- LONGENECKER, J. G. & MOORE, C. W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books. 2015
- MALHEIROS, J. & PADILHA, B. (Coord.); Rodrigues, F. **Mulheres Imigrantes Empreendedoras**. Lisboa: Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género. 2015
- MARKMAN, G. D., & BARON, R. A. **Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others**. Human Resource Management Review, 13(2), 281-301. 2013
- ROSSINI, L; ONOZATO, E; HOROCHOVSKI, R. **A criação de empreendimentos sociais reflete a atividade empreendedora nacional?** Explorando as relações entre empreendedorismo convencional e social no Brasil. In XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Anais. Gramado –RS: Anpad, 2014. p.1 -15.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas: Papirus, 2015
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Empreendedorismo social: sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2013.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2004. Tese (Doutorado)- Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004

RAO, SRIKUMAR. **Renasce o imperador da paz**. Forbes, v. 205 set. 2014. Disponível em: <www.ashoka.org.br>. Acesso em: 5 novembro de 2016

ROUERE, Mônica de; PÁDUA, Suzana Machado. **Empreendedores sociais em ação**. São Paulo: Cultura Associados, 2014

SCHUMPETER, J.A. **The Theory of Economics Development: An Inquiry Into Profits**, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle (10th ed.). New jersey: Transaction Publishers, Rutgers. 2015

MARTIN, Roger; OSBERG, Sally. Social entrepreneurship: the case for definition, social, Innovation Review, v. 5, n. 2, p. 27-39, 2007.

SEBRAE. **Classificação das MPEs segundo o número de empregados**. Disponível em: www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154. Acesso em 1 de nov 2016.

SEELOS, C. E MAIR, J. **“Social Entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor”**, Business Horizons, Vol. 97, pp. 241-246.2015

SILVA, EDNA LÚCIA DA; MENEZES, Estera Muskat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

NICHOLLS, Alex. Social entrepreneurship: new models of sustainable social change. Oxford: Oxford University Press. 2006.