FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

TARCISIO TORRES PRIMO CAVALCANTI

EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

ARACRUZ, ES
2017

TARCISIO TORRES PRIMO CAVALCANTI

EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Monografia apresentada ao Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz (FAACZ) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Arismar Maneia

ARACRUZ, ES
2017

FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Reconhecimento: Portaria MEC nº 737, de 30/12/2013, publicada em DOU de 31/12/2013.
Estrutura Curricular válida para ingressantes a partir de 2015

TARCISIO TORRES PRIMO CAVALCANTI

EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Esta Monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz, sendo **AVALIADA** pela banca constituída pelos professores mencionados abaixo:

Aracruz, 04 de dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Alex Sandro Ferreira Bernardes
Professor

Robson Moro Aioffi
Professor

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, enquanto originador e guardião da sabedoria universal. A minha Andréia, fonte de ânimo, companheirismo, continuidade e inspiração. A meu filho Muryllo, pela paciência em abdicar de horas irreversíveis de atenção e lazer para que eu me dedicasse à consecução desta obra. A meus professores Arismar Maneia, Edivan Guidote e Alex Bernardes, importantes apoiadores que de modo profissional investiram tempos de precioso labor em orientação, contribuição intelectual e acompanhamento.

“A maior necessidade do mundo é a de homens que não se comprem nem se vendam; homens que no íntimo da alma sejam verdadeiros e honestos; homens que não temam chamar o pecado pelo seu nome exato; homens, cuja consciência seja tão fiel ao dever como a bússola o é ao polo; homens que permaneçam firmes pelo que é reto, ainda que caiam os céus.”

Ellen Gould White

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 9
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO 9
1.2 TEMA 10
1.3 PROBLEMA 10
1.4 OBJETIVO GERAL 11
1.5 JUSTIFICATIVA 11
1.6 METODOLOGIA 13
1.7 ESTRUTURA 13
2 EMPREENDEDORISMO 15
2.1 SÍNTESE HISTÓRICA 15
2.2 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS 16
2.3 O APRENDIZADO EMPREENDEDOR 20
2.4 OUTROS ASPECTOS 22
3 EMPREENDEDORISMO SOCIAL 24
3.1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL 24
3.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL E FILANTROPIA 26
3.3 POBREZAS E CONSUMISMOS 27
3.4 ENTENDENDO ESSE TAL SETOR DOIS E MEIO 29
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 33
5 EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL 36
5.1 CASO 1 – O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO CONTEXTO EDUCACIONAL 36
5.2 CASO 2 – O COMPROMETIMENTO AMBIENTAL E SUSTENTÁVEL DO EMPREENDORISMO SOCIAL 39
5.3 CASO 3 – O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E A MORADIA 41
5.4 CASO 4 – DR. CONSULTA: EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA SAÚDE PÚBLICA 44
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 47
REFERÊNCIAS 49

RESUMO

Estuda-se nesta pesquisa o fenômeno do empreendedorismo social que, por meio de ações empreendedoras permeadas pela inovação, comprometimento e humanização de resultados, busca dirimir as problemáticas comunitárias mais pungentes e incomodativas a grupos abrangentes e que, factualmente, têm sido desafiadoras ao Estado. Para tanto, este trabalho objetivou de forma geral analisar o empreendedorismo social como fator de transformação social. Quanto à metodologia, a abordagem estruturou-se em um âmbito descritivo bibliográfico e documental consolidado com base em experiências que interligam o fenômeno empreendedor estudado às áreas da educação, meio ambiente, habitação e saúde. Desta forma, conclui-se que fomentos empresariais responsáveis e socialmente engajados, além de serem uma tendência mundial nesta contemporaneidade, promovem empoderamento e desenvolvimento aos difusos atores econômicos envolvidos, correlacionando-os não somente como participativos inquiridores de lucratividade, mas também, inserindo-os como potenciais provedores de uma vivificante transformação social.

Palavras-chave: Empreendedorismo social. Inovação. Transformação social. Fenômeno empreendedor. Desenvolvimento humano.

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A ciência da administração, desde seus primórdios, coexiste com aquela que talvez seja sua mais incisiva, notória e impulsiva vertente: O empreendedorismo. Entende-se que os primeiros homens já administravam e empreendiam no momento em que, observando o ambiente e verificando as necessidades, identificavam as oportunidades e investiam esforço tático para a produção de ferramentas, obtenção de alimentos, demarcação de espaços e liderança do grupo.

Em linhas gerais, administrar é o ato de planejar, organizar, dirigir e controlar os processos e recursos disponíveis para um objetivo comum. O empreendedorismo, por sua vez, e através destes e de outros elementos caracterizadores como a inovação, por exemplo, é o ato de viabilizar as boas ideias até que se convertam em ações realmente estruturadas, produtivas e vantajosas.

Associando o empreendedor ao desenvolvimento econômico, a teoria da “Destruição Criativa” lançada em 1945 pelo economista austríaco Joseph A. Schumpeter, como explica Bieging e Aquino (2014, p. 19), popularizou o perfil empreendedor descrevendo-o como alguém versátil que supera os paradigmas econômicos e sociais inovando em conceitos, produtos e processos. Estrategicamente mutável, ele é capaz de especular com propriedade as melhores oportunidades dentro dos mais distintos ambientes sem, contudo, perder seus ideais. O empreendedor, além disso, possui aptidão para produzir, destreza para angariar recursos capitais e humanos, e organização para estabelecer as operações internas do negócio de tal maneira a constituir produtos e serviços atrativos e vendáveis.

Richard Cantillon – economista franco-irlandês do século XVII – não compreendia o empreendedor, entretanto, como uma força variavelmente destrutiva no que se refere aos padrões mercadológicos. Rothbard (1995, p. 395) confirma que Cantillon – o cunhador da expressão “empreendedorismo” – observou que, diferentemente do que asseveraria Schumpeter séculos mais tarde, o empreendedor provia estabilização para o mercado ao antever e valorizar, com alto grau de exatidão, as preferências do consumidor.

Ao mesmo tempo, a atuação do idealista de novos negócios não serviria apenas para a geração de valores pecuniários, marcas de sucesso e bens patrimoniais. De

acordo com Parolin e Volpato (2008, p. 213), o empreendedorismo é uma das grandes bandeiras da sociedade pós-moderna arvorada a favor do desenvolvimento e crescimento econômico, e mais recentemente, a serviço de avanços sociais, ambientais e sustentáveis.

Neste ínterim, em tempos aonde as necessidades humanas vêm se anasarcando sobre governos e autoridades sem que estes possam dar conta de todos os desafios, pessoas de espírito empreendedor tem se alistado nas fileiras do social na busca por melhoramentos substanciais e de forma desinteressada para sua comunidade. Este nicho empreendedor alimentado pelo altruísmo e engajamento comunitário denomina-se “empreendedorismo social”.

Drayton (1994), considerado o pai da alusiva expressão e fundador da Ashoka, empresa pioneira na intermediação de negócios sociais e detentora do slogan “todo mundo pode mudar o mundo”, sugere que empreendedores sociais trazem soluções inovadoras para as precariedades sociais mais prementes. Necessidades comuns que instigam a ousadia, o envolvimento e o desejo por mudanças. Elementos que provocam no empreendedor muito mais do que o mero interesse em se adquirir receitas robustas, poder ou fama.

1.2 TEMA

Tendo em vista uma discussão quanto à humanização de soluções inovadoras para os vários problemas vigentes na sociedade, tem-se como tema para este trabalho de pesquisa: **Empreendedorismo social como fator de transformação social.**

1.3 PROBLEMA

Diante desta temática e cientes de que a implementação de qualquer ferramenta de modificação social sofre influências internas e externas recorrentes e, também, de que uma discussão a cerca da descentralidade estatal concomitante a uma maior representatividade privada no campo social se faz necessária para a provocação de experiências que culminem em benécias coletivas, ergue-se o seguinte problema de pesquisa: Como o empreendedorismo social pode tornar-se um fator de transformação social?

1.4 OBJETIVO GERAL

Mediante estes informes, o objetivo geral definido para este trabalho é analisar o empreendedorismo social como fator de transformação social. Em atendimento a este objetivo geral foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Desenvolver conceitos e características do empreendedorismo

- Descrever o empreendedorismo social

1.5 JUSTIFICATIVA

O sistema econômico capitalista, reinante na maior parte dos países, e famigerado por seus resultados monetários exponenciais comumente individualizados, leva muitos a terem-no como um modelo de divisão de renda, ao mesmo tempo, injusto e equilibrado, em face da distribuição dessemelhante de recursos e riquezas assim como reitera a máxima que diz: ganha mais quem produz mais.

Sancionando esta afirmação, Dubet (2001, p. 27 e 28) alega que as desigualdades sociais são acionadas no próprio funcionamento do modelo econômico vigorante – o capitalismo – o qual é pautado sobre a tese do lucro fim e com ênfase no potencial produtivo individual como medidor de liderança de ganhos ou perdas.

Nesta oportunidade, o autor conclui que:

> À medida que o capitalismo repousa sobre um mecanismo de extração contínua da mais-valia a partir do trabalho e, sobretudo, em que implica o investimento de uma parte crescente das riquezas produzidas, a oposição entre os trabalhadores e os donos do investimento, entre o trabalho e o capital, faz das desigualdades sociais um elemento funcional do sistema das sociedades modernas (DUBET, 2001, p. 27-33).

Por outro lado, os defensores deste sistema descrevem-no como um modelo meritocrático. Ou seja, quanto mais resultado se consegue gerar mais retorno financeiro é merecidamente impetrado. O oposto, diga-se de passagem, é inegavelmente proporcional.

Historicamente, segundo Nóbrega (2016), em algum momento da era moderna uma nova classe de exploradores – os comerciantes – surgida pós-regime feudal, passou a controlar a exploração da força de trabalho, tornando-se capaz de se valer diretamente das pessoas no tocante à sua disposição produtiva, confirmando o

capitalismo como uma poderosa fonte de formação de riqueza nos últimos dois séculos.

Ainda que a disparidade econômica seja um claro fruto da aplicação destas filosofias, a popularidade do gene capitalista em sua exacerbada influência sobre a conduta da sociedade nas últimas gerações ratifica-se pelo crescente consumo enquanto fenômeno comportamental sustentador da economia de nosso tempo.

Desta forma, a investigação sobre o empreendedorismo social, um tema que, conforme Quintão (2004, p. 1), ainda é embrionário nas ciências sociais, mostra-se relevante e apropriado, pois de modo humanizado, responsável e sob um panorama econômico essencialmente emergente e de persistente discrepância socioeconômica, propõe-se a apresentar o papel do negócio social com seus diversos atores na nobre missão – como retratado por Oliveira (2004, p. 1) – de desencadear ações locais com resultados globais e impacto social significativos.

Curiosamente, este ramo do empreendedorismo, apesar de sua reconhecida vocação ao ganho social, ainda não é contemplado na grade curricular de boa parte das instituições de ensino. Os resultados desta pesquisa em âmbito acadêmico, portanto, poderão subsidiar uma discussão em torno desta potencial especificidade do mercado, promovendo uma maior inserção de seus atributos elementares no círculo educacional e fomentando, desta forma, o surgimento de mais empreendedores preocupados com as dinâmicas sociais que os cercam e como podem contribuir para seu aparelhamento.

Para os investidores, empresários e administradores, esta busca científica poderá atear uma nova percepção quanto à viabilidade e o valor agregado de um negócio social que impulsione a qualidade de vida, suas variações, implicações, objetivos e possibilidades, sejam a curto, médio e longo prazo. Além disso, deverá estimular uma inovação tecnológica responsável, bem como a abertura de novos mercados.

Para a sociedade e de forma geral, o benefício oferecido, é a conceituação e a caracterização deste modal empreendedor que traz como viés a transformação social a partir da superação de problemáticas comunitárias, e ainda, de quais formas seus parâmetros de intervenção podem originar resultados bem-sucedidos frente os complexos dilemas da sociedade.

Ciente de que os obstáculos ao progresso humano têm como um de seus principais geradores o aumento das diferenças socioeconômicas visualmente percebidas no predomínio da divisão de classes, o empreendedorismo social pretende reduzir esta disparidade com iniciativas que equalizem condições e atenuem lacunas, favorecendo o acesso às oportunidades e compartilhando com o Estado, de modo solidário e inclusivo, o desafio de formular possíveis saídas para as mazelas sociais mais evidentes no mundo contemporâneo.

1.6 METODOLOGIA

O método de pesquisa foi o descritivo bibliográfico. Na escrita, têm-se definições extraídas de livros, artigos, periódicos, conteúdos jornalísticos e sites especializados disponíveis na internet, apresentadas mediante produção textual e com o apoio da exposição de exemplos de empreendimentos sociais nos campos educacional, ambiental, de moradia e de saúde que trazem consigo a função de consubstanciar a discussão proposta.

1.7 ESTRUTURA

Este trabalho de pesquisa está composto em 6 capítulos, oferecendo ao leitor a possibilidade de verificar as implicações, intervenções e mudanças que a prática do empreendedorismo com viés social pode conceder a seus possíveis beneficiários. Nesta conjunção, o teor da matéria estudada está estruturado da seguinte forma:

No capítulo 1, introduziu-se a abordagem com uma contextualização do tema escolhido e o problema de pesquisa evocado. Tem-se também ali a indicação dos objetivos sobre os quais se delineou a inquirição literária realizada, bem como a exposição das justificativas para a definição de todo o conteúdo.

O capítulo 2, adentrando-se à discussão de modo mais abrangente, arrola os conceitos gerais de Empreendedorismo oferecidos por estudiosos. O fenômeno cultural e econômico é representado em suas peculiaridades, decorrências e também pelas discussões teóricas em torno do assunto – ainda incongruentes, diga-se de passagem – na tentativa de favorecer a percepção social do mesmo.

A partir disso, o capítulo 3 passa a discursar acerca do tema central deste trabalho: Empreendedorismo social, dando sustentação à pesquisa ao retratar seus méritos, alcances, fundamentações, características principais e aplicações atuais bem-sucedidas.

O capítulo 4, por sua vez, faz um descritivo da metodologia aplicada a esta produção acadêmica finalizada, seguido pelo capítulo 5, onde são retratados quatro casos de empresas sociais em operação, a saber:

Caso 1: Empreendedorismo social no contexto educacional

Caso 2: O comprometimento ambiental e sustentável do empreendedorismo social

Caso 3: O empreendedorismo social e a moradia

Caso 4: Dr. Consulta: empreendedorismo social na saúde pública

Ao final, o capítulo 6 oferece as considerações finais acerca do assunto, propondo novas percepções com base nos achados pesquisados e fazendo recomendações para futuras pesquisas sobre o tema, além da exposição das Referências que serviram como fonte de consulta e embasamento para este construto científico.

2 EMPREENDEDORISMO

2.1 SÍNTESE HISTÓRICA

Oriundo do verbete francês “entrepreneur”, o termo “empreendedor”, segundo Ferreira (2015, p. 13-14), pode ser traduzido etimologicamente como “fazer algo ou estar entre”, ou ainda, intermediário. A expressão foi empregada pela primeira vez no século XVII por Richard Cantillon, que, por ocasião do início da era industrial, diferenciou capitalistas de empreendedores, como revela Chiavenato (2005, p. 3), apontando os primeiros como sendo aqueles que fornecem o capital, e os seguintes como os que assumem os riscos do negócio e iniciam algo novo.

Arantes (2011, p.17), sancionando Schumpeter (1949) em base a este pensamento, reconhece o empreendedor como um indivíduo impetuoso e inovador, e um impulso fundamental “que aciona e mantém em marcha o motor capitalista”. Para tanto, ele rompe paradigmas, desafia o formato comumente utilizado e provoca, por conseguinte, um processo de “destruição criativa” em prol de novas experimentações, descobertas e possibilidades.

Um justo exemplo a se considerar é o da histórica figura do explorador Marco Polo. Importante navegador mercantilista dos séculos XIII e XIV, Marco Polo empreendeu com grande avidez e espírito inovador viagens exploratórias ao Extremo Oriente que terminaram por determinar rotas comerciais inéditas para todo o continente asiático, especialmente para a China. Além disso, as expedições e descobertas do precursor veneziano abalaram cultural e comercialmente todo o continente europeu, acrescentando, dentre outras coisas, novas tendências à moda e à culinária perpetradas no velho continente (RANK, 2015).

Uma maior influência de Polo, contudo, conforme Kleinhenz (2004, p. 407), deu-se sobre outros viajantes como Cristóvão Colombo, que em 1492 tornou-se o descobridor da América, e Bento de Góis, o primeiro ocidental a encontrar a Grande Muralha da China em 1605. O autor prossegue revelando ainda que tanto as caravanas como a linearidade bem distinta dos achados de Polo foram o ponto de partida de inspiração do Mapa-múndi de Fra Mauro, publicado em 1459.

Mais recentemente na história, já nos idos de 1966, o senado dos Estados Unidos da América reconheceu o empreendedorismo como um legítimo preceptor de riquezas. Naquele ano, num marcante pronunciamento, o senador Hubert

Humphrey, do Estado de Minnesota, conforme Neto (2012, p. 149), assegurou que “boa parte do progresso norte-americano é produto do indivíduo que teve uma ideia, foi atrás dela, modelou-a, ateve-se firmemente a ele durante todas as adversidades e então produziu essa ideia, vendendo-a e lucrando com ela” (BARON e SHANE, 2007, p. 4). Proferia ele, naquele instante, os pilares processuais do empreendedorismo, pelos quais todos os modernos conceitos constituídos hoje buscam teoriza-lo.

No Brasil, o *boom* das ações empreendedoras foi observado com maior consistência a partir dos anos 1990, com a abertura econômica experimentada pós-movimento das “Diretas Já”, a criação do SEBRAE enquanto centro de apoio à geração e manutenção de novos empreendimentos, e também com a adoção de critérios modernos para o exercício do livre comércio internacional. Concernente a isto, Leite (2006, p. 18-20) ratifica que a literatura tem se dedicado a oferecer diversificadas apreciações com a finalidade de estabelecer parâmetros cadenciados a este crescente fenômeno social.

2.2 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

“Todos nascemos empreendedores. A espécie humana é empreendedora”, é o que garante Dolabela (2008, p. 23). Por esta reflexiva e inclusiva afirmação, o autor, numa alusão à escola empreendedora conhecida como “Grande homem”, defende a ideia de que o empreendedorismo, observadas suas mais variadas formas de ocorrer, é algo amplo e inerente à espécie humana em seu latente anseio em realizar coisas novas, por exceder, e por desbravar o desconhecido.

Por esta constatação, vê-se que o empreendedorismo está, de fato, condicionado apenas a estímulos e oportunidades para o seu desenvolvimento. Se quiser desenvolvê-lo, segundo Bhide (2002), o empreendedor deverá harmonizar desejo e disposição para perseguir seus ideais com afinco e encarar com perseverança os possíveis riscos do novo negócio. Um cruzamento equacionário melindroso, cuja resolução exigirá considerável índice de motivação.

Ampliando a questão, Santos et. al (2010, p. 6) assegura que no campo das motivações empreendedoras surgem, como principais características diferenciadoras do potencial empreendedor, o desejo de independência (intenção de

autonomia no processo de tomada de decisão estratégica) e a motivação econômica. Isto porque o empreendedorismo, na visão de Diniz (2009), é a habilidade de conceber e constituir algo partindo de muito pouco ou quase nada, o que evidencia a força motriz suscitada da junção entre desejo e motivação, em seu papel fundamental na arte de empreender.

Para Dornelas (2005, p. 39), citado por Macedo (2016), todo processo de ideação e iniciativa internalizado no empreendedorismo propõe a associação de indivíduos e processos que, concomitantemente, conduzem à transformação de ideias novas possibilidades. No entanto, o autor alerta que transformar uma boa ideia em um negócio viável e atrativo traz consigo inúmeros desafios que demandam planejamento e muita dedicação, já que o ato empreendedor tende a propiciar, em sua natureza, o desenvolvimento político, social e econômico em indivíduos, grupos, Estado e sociedade.

Baron e Shane (2007, p.12-17) declaram que a partir de oportunidades surgidas da confluência de fatores como mudanças sociais e econômicas, inserção de novas tecnologias e surgimento de novos mercados e canais de distribuição, as disciplinas do empreendedorismo possuem dupla natureza: de um lado busca-se maior entendimento do processo para aferir maior organização e aproveitamento das forças produtivas, enquanto que de outro as atenções estão voltadas em se fornecer aos empreendedores informações precisas, noções práticas e habilidades técnicas que possam ser úteis para o atingimento de seus objetivos. Um conjunto de medidas necessárias que deverá ser cuidadosamente delineado desde o início a fim de que todo o processo decorra satisfatoriamente.

Nesta linha de pensamento, Sertek (2007, p. 9) esclarece que “os empreendimentos chegam a sua grandeza a partir da chama e da visão que temos desde o ponto de partida”, o que faz da fase inicial um momento decisivo para o bom andamento do negócio, já que ela, possivelmente, exercerá forte influência sobre as etapas subsequentes.

Destarte, na persistente tentativa de conceituar-se o “fenômeno do empreendedorismo”, como adjetivado por Dornelas (2012, p. 9), temos que seus ditames não se restringem apenas ao âmbito empresarial, mas também da pesquisa, política, sociedades civis, educação, voluntariado, entre outros. Esta abrangência se deve ao fato de que, independentemente de seu campo de atuação,

o empreendedorismo possui traços engenhosamente incomuns. Dornelas (2012, p. 9) assegura que estes elementos podem ser resumidos em “antecipar-se aos fatos, implementar ideias, buscar oportunidades e assumir riscos calculados. ”

Se de forma planejada e bem estruturada forem aplicados estes princípios norteadores característicos, respeitados os recursos disponíveis e os objetivos estabelecidos para o negócio; e se os aliarmos a fatores de diferenciação pessoal como ousadia, criatividade, inovação e persistência, como listados por Dornelas (2012, p. 10), o empreendedor terá a capacidade de se destacar. Em qualquer vertente empreendedora pela qual se interesse, seja por incentivo (variáveis internas) ou motivação (variáveis externas), contará com chances reais de sucesso.

Outra informação que pode ser interessante é que, de acordo com os estudos de Sakar (2007), as pessoas que desenvolvem atividades empreendedoras estão divididas em duas frentes. De um lado há os que possuem uma destreza inata para o empreendedorismo, aplicando-o com naturalidade até mesmo em atividades corriqueiras. São os empreendedores intrínsecos, que possuem na ideação e no aproveitamento das oportunidades, um estilo próprio de viver. O outro grupo diz-se daqueles que, influenciados pelo meio em que vivem, cultura, rede de contatos e áreas de interesse ou de atuação, tornam-se ou descobrem-se empreendedores denominados extrínsecos, já que são diretamente estimulados por fatores externos.

Conquanto seja de origem interna ou externa a seiva empreendedora, vulcanizada em cada ator envolvido a ela, é capaz de converter uma ideia, um sonho ou uma vocação em um verdadeiro aferidor de nichos inexplorados, projetando-se sobre a realidade dos negócios, assim como reitera Leite (2006, p. 18), “como um potencial criador de riquezas”. Assim, Sabag (2009, p. 49) esclarece que empreender pode também ser encarado como o ato de gerenciar projetos.

Enquanto gestor de seus próprios ideais convertidos em novos e audaciosos projetos, o empreendedor, para Sabbag (2009, p. 50), deverá incrementar em seu portfólio as premissas do CHA (conhecimentos + habilidades + atitudes), medida que trará como elemento resultante, segundo o autor, a competência. Como ferramenta gerencialmente precisa para distinguir empreendedores de seus pares, melhorar seu desempenho e aditar valor ao negócio, estes elementos, para Oliveira (2004, p.1), contribuem para a expansão do capital social do empreendedorismo operante a favor do desenvolvimento, sustentabilidade e justiça social.

Constituída por um quadrante formado pela sabedoria, vivência, sagacidade e prática, a competência do empreendedor, ainda segundo Sabbag (2009, p. 52-59), permite que o fenômeno do empreendedorismo se apresente no cenário das negociações como um catalisador para o incremento socioeconômico, estimulando o surgimento de centenas de milhares de novas empresas todos os anos, como informado por Baron e Shane (2007, p. 33). Ao mesmo tempo, ele também pode equipar um crescimento escalar que instigue uma ousadia calculada e acondicione independência profissional e financeira.

Não obstante, ressalva Dolabela (2008, p. 32), o empreendedor não é um impetuoso e aventureiro. Admite riscos, sim, mas estes são geralmente moderados. Arriscar-se, inegavelmente, faz parte do “jogo” da inovação, diz o autor, porém faz tudo para mitigar estes riscos, diluí-los, minimizá-los. É responsável, mas não usa seu nível de consciência como um fator de limitação. Antes observa o ambiente em que vive na busca por detectar e aproveitar as oportunidades.

Outra variável importante que caracteriza e ao mesmo tempo classifica o empreendedorismo, facilitando sua observação, é aquela que pondera sua razão de existir. Duas categorias matriciais são comumente aceitas: empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade.

Os empreendimentos por oportunidade, na escrita de Salim e Silva (2010, p. 53), são aqueles gerados com base na identificação de uma oportunidade que pode ser oriunda de uma fissura comercial, uma brecha social, uma falha governamental ou ainda pela criação de uma nova necessidade, coisas sobre as quais a resposta do empreendedor vem por meio da abertura de um novo negócio, pela oferta de um novo produto ou serviço ou por uma mudança na “forma de fazer”. A seguir ele se planeja previamente, inserindo valor à ideia, usando critérios inovadores de atendimento e ajustando-se às expectativas do mercado.

Já os empreendimentos criados por necessidade, em sua vez, surgem por ocasião da exclusão do indivíduo do mercado de trabalho, que, no afã de prover os recursos necessários à sua sobrevivência e mediante a escassez de saídas, lança-se a algum empreendimento. Para Dornelas (2012, p. 2), eles “utilizam o pouco que lhes restou das economias pessoais, fundo de garantia, etc. para criar seus novos negócios, às vezes mesmo sem experiência no ramo”. Logo, é inegável que tal amadorismo comprometa as possibilidades de êxito frente ao um mercado globalmente

competitivo, e que exige um aprimoramento das faculdades empreendedoras do indivíduo.

Consequentemente, o empreendedor por oportunidade, tomando por base sua maior inclinação ao preparo, planejamento, desenvolvimento e execução, dispõe de um poder de ataque consideravelmente mais ofensivo.

2.3 O APRENDIZADO EMPREENDEDOR

É oportuno mencionar que o empreendedorismo, mesmo que frequentemente referenciado como propiciador de independência profissional e de sobrevivência, e ainda que bem demonstrada sua acentuada participação nos processos locais de alargamento econômico, permaneceu, por muito tempo, aquém de qualquer inserção acadêmica no Brasil.

Este atraso, para Dolabela (2008), favoreceu a instauração de uma cultura empreendedora desprovida, em muitos momentos, dos critérios técnicos imprescindíveis para a sua correta utilização, causando desperdícios evitáveis, perdas desnecessárias ou mesmo a diminuição das potencialidades do empresariado. De outra maneira, destacando o posicionamento de Gasso (2002), Parolin e Volpato (2008, p. 210) ressaltam que o empreendedorismo discutido e vivenciado entre os alunos no ambiente acadêmico, também por meio de ensaios didáticos como a pré-encubação (fase dedicada ao planejamento inicial do negócio), por exemplo, energiza a expansão científica e tecnológica, além de alavancar iniciativas de fomento econômico e promoção social.

Recentemente, após o início dos estudos para conceituação e caracterização do sentimento empreendedor, sua efetividade mercadológica e suas diferenciações foram evidenciadas diante de outros entes diretamente envolvidos como capitalistas, investidores e administradores. Isto possibilitou um aumento da discussão em torno do tema, elevando sua visibilidade social, econômica e educativa, e propiciando, como afirma Dolabela (2008), a inclusão do empreendedorismo na grade curricular de instituições de ensino tanto públicas quanto privadas em todo o país.

A abertura deste assunto no contexto educacional brasileiro, em tempos de expressiva baixa nas vagas de emprego, segundo Costa e Carvalho (2011, p. 104 e 105), tende a ser uma ferramenta de facilitação para a criação de emprego e maior

inserção social. De acordo com estudos da União Europeia (UE), incentivos a iniciativas empreendedoras e o alcance ao aprendizado neste campo decorrem consequências sociais positivamente impactantes e decisivas para a conquista de maiores avanços na estabilização do mercado de trabalho, ou, como simplifica Dolabela (2008, p. 9), a coisa “[...] é vital para a nossa prosperidade”.

O autor, evocando o tema da sustentabilidade dos resultados, enfatiza ainda mais a questão nas seguintes palavras:

> A promoção do desenvolvimento das pessoas e sua inclusão na sociedade através da aquisição de novas competências, desenvolvendo o empreendedorismo e promovendo a flexibilidade do mercado de trabalho são considerados fatores estratégicos para o desenvolvimento sustentável (DOLABELA, 2008, p. 9).

Reforçando a discussão, Harrison (2007, p. 8) declara que “[...] ninguém nasce com todas as ferramentas afiadas para construir a própria realização”. Isto quer dizer que mesmo diante de disposições empreendedoras comprovadamente inatas, o indivíduo carece de aprimoramento, correção, adaptação e ajustamento técnico, caso queira lograr êxito no mundo dos negócios em constante mutação. Furtar-se a isto deverá ser entendido como uma espécie de autossabotagem, prática que pode comprometer severamente a capacidade de aquisição de resultados equitativos. Afinal de contas, reforça Harrison (2007, p. 14), ninguém nasce entendo como elaborar um bom plano de negócio, nem como arrumar financiamento, muito menos como lidar com o grande contingente de tarefas envolvidas na operação de uma nova empresa.

Apesar do aumento da visibilidade do ensino nesta área, para Parolin e Volpato (2008, p. 212), há ainda uma reduzida quantidade de escolas que aplicam e exploram o ensino das competências empreendedoras, o que pode ser justificado tanto por questões filosóficas, quanto por incompletudes técnicas e estruturais.

A preponderância de projetos políticos-pedagógicos direcionados normalmente a conquista do emprego convencional, bem como o preciosismo da habilidade técnica doutrinado na educação profissional oferecida no país são, segundo os mesmos autores, possíveis fatores de limitação para o crescimento do aprendizado empreendedor. Dolabela (2008, p.62), corroborando com esta construção, assegura que os resultados das pesquisas realizadas pelo *Global Entrepreneurship Monitor (GEM*) indicam que o fortalecimento das dinâmicas empreendedoras deve ser uma

prioridade em qualquer política ou ação governamental que prime pelo avanço econômico. Este apoio poderá ser, para o autor, materializado por meio de maiores investimentos na educação de nível fundamental, médio e superior em relação à prática de atividades empreendedoras autossustentadas.

2.4 OUTROS ASPECTOS

Outro questionamento recorrente neste universo do aprendizado empreendedor se encontra no aspecto performático da discussão. Harrison (2007, p.35), realizando uma espécie de distinção de perfis comportamentais, defende que, de todas as pessoas, parte delas possui uma personalidade empreendedora, enquanto a outra parte demonstra apenas um comportamento empreendedor. Isto se distingue mais abertamente quando observado o grau de sedição dos envolvidos. Para sujeitos de personalidade empreendedora o fato de não poder ser novamente desafiado é uma experiência extremamente desagradável. Eles são “viciados” – no bom sentido da palavra – em testar suas aptidões, limites e potenciais, contornando restrições, remodelando conceitos, propondo mudanças e surpreendendo os interessados. Já para indivíduos de comportamento empreendedor, observa Harrison (2007, p.35), a ânsia pelo novo, a perseguição da oportunidade ou mesmo a provocação ao solucionamento inovador não parece ser uma característica preponderante. Antes, preferem gastar-se na execução de negócios politicamente convencionais e facilmente previsíveis.

Para Dornelas (2003), o empreendedorismo, em sua essência, denota fazer algo novo, distinto e que provoque mudanças. É também, conforme o estudioso, o ato de procurar incessantemente por novas oportunidades de negócio, pautado por dois elementos característicos basilares: a criação de valor e a inovação.

Num mundo capitalizado, onde a alta densidade do interesse particular secundariza os anseios comunitários e ambientais, revelando, em certa medida, tendências separatistas – ainda que comercial e tecnologicamente globalizado – termos como negócio, criação de valor e até mesmo inovação podem rapidamente ser associados à pecúnia ou obtenções de finalidade monetária. No entanto, à luz de Dolabela (2008, p. 13 e 24), é permitido perceber-se que outra característica basilar do empreendedorismo brota como um respiro moral sobre os arbustos do

individualismo crescente. Segundo o autor, o ato de empreender possui caráter social, ao passo que somente pode ser reconhecido como empreendedor o indivíduo que forma valor positivo para a coletividade, considerando-se nesta questão, indubitavelmente, toda a natureza” (DOLABELA, 2008).

Nesta direção, vê-se que o ato de empreender é uma atividade humana baseada muito mais pela forma de ser do que pela simples maneira de se fazer algo. Por conseguinte, o que parece ser apenas uma ferramenta de negócios meramente numerários e lucrativos, assentado sobre objetivos exclusivamente patrimoniais, poderá trazer ideações socialmente provocativas ao desenvolvimento humano, como pode ser visto nos empreendimentos de viés social.

Este modelo relativamente novo, declara Bargsted (2013, p. 121-131), além de gerar um negócio rentável tendo em vista uma oportunidade ou necessidade de empreender, envolve projetar, implementar e apoiar iniciativas destinadas a superar as dificuldades sociais, e para a realização de um benefício comum a um grupo humano, especialmente com a inserção de negócios na comunidade social. Esta atividade tornou-se mundialmente conhecida como “empreendedorismo social”.

3 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Em essência, o Empreendedorismo Social já revela no próprio termo seu objeto de interesse: Propor que a assimilação de oportunidades de negócios e a concepção de ideias inovadoras não visem lucros e recursos capitais pura e simplesmente, mas que através de uma leitura humanizada, solidária e abrangente, “tenham na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado a sua estratégia base” (MELO NETO & FROES, 2002, p.15). Sua finalidade é amenizar os impactos socialmente negativos sofridos por pessoas e comunidades ao longo do tempo nos mais diversos contextos.

Para isso, conquanto seja o tema central deste trabalho de pesquisa, o empreendedorismo social mostra-se como uma iniciativa de natureza empresarial, com ou sem finalidades lucrativas, cujo objetivo principal seja gerar valor social, conforme Bargsted (2013, p. 121-131). Assim, explorar as peculiaridades deste ambiente é um ato relevante para a maturação de ideias que priorizem o ser, e não apenas o ter. Considerando as necessidades humanas verificadas, sejam estas locais ou em contexto mundial, é preciso favorecer iniciativas que formulem uma proposta de valor que altere, de forma profícua, cenários atualmente distantes do que o senso comum crê ser o ideal.

Sob este prisma, Grazzioli (2015) informa que o negócio social, em suma, objetiva justamente gerar acessos e criar alternativas inovadoras capazes de enfrentar satisfatoriamente os problemas sociais de modo a conduzir a própria transformação social, algo do que o empresariado também se apossado através de ações da chamada “responsabilidade social.”

3.1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Neste ponto inicialmente conceitual da abordagem, uma diferenciação entre empreendedorismo social e responsabilidade social pode ser útil. Enquanto o primeiro visa dar às pessoas, como informa Melo Neto e Fróes (2002, p. 5), capacitação, empoderamento, além de mobilizá-las e conscientizá-las, Reficco et. al. (2011, p. 169), esclarece que a responsabilidade social anuncia a entrega de uma compensação dada por determinada organização via ações orientadas ao bem

comum àqueles diretamente afetados por sua operacionalização. Sustentada e regulamentada pela legislação vigente, esta ação societária busca embutir no escopo do negócio da empresa a obrigatoriedade desta em mitigar os danosos impactos do progresso, ofertando ressarcimentos à população que de alguma forma fora e tem sido por ela lesionada.

De acordo com Cesar (2008, p.17 e 20), trata-se de uma intervenção social do empresariado baseada no reordenamento das esferas pública e privada na prestação de serviços sociais realizadas tanto por empresas menores, com 1 a 10 empregados na matriz, quanto por estabelecimentos de porte maior, que abarcam acima de 1000 funcionários, visando promover igualmente uma aproximação entre as comunidades circunvizinhas e suas plantas fabris.

Para que isto ocorra, ainda segundo Cesar (2008, p. 18), é comumente realizado um agenciamento dos serviços sociais necessários à população diretamente relacionada ao contexto da empresa. Seja internamente, para empregados e dependentes, ou externamente, observadas as demandas coletivas, estas ações estão quase sempre voltadas a áreas como assistência social, alimentação, saúde, educação, segurança, cuidado com o meio ambiente e desenvolvimento comunitário.

Entretanto, numa análise fria e racional, Reficco et. al. (2011, p. 161 a 164), garante que essa atuação corporativa está muito distante de provocar alguma transformação social, uma vez que este não é – nem de longe – o seu objetivo final.

Almeida (2012, p. 123), corroborando com este pensamento, declara que os padrões costumeiramente empregados dos negócios investem, repetidamente, em projetos sociais e ambientais, sem, no entanto, vinculá-los à atividade principal, o que, fatalmente, pode tornar os resultados alcançados ligeiramente superficiais.

Somando-se a isto, Cesar (2008, p.17) revela que há um interesse de marketing institucional envolvido nos projetos e iniciativas de responsabilidade social empresarial, gerado a partir deste tipo de intervenção junto à sociedade.

Desta forma, entende-se que a gestão da responsabilidade social possui como finalidade tão somente atender as imposições governamentais e reduzir de modo aceitável o espectro oriundo dos impactos negativos da demanda empresarial, em nada alvitrando quanto a mudanças socioambientais sustentáveis. Logo, não se

deve esperar que estes mecanismos de ressarcimento sanem as “dores” comunitárias. Tampouco têm eles condições ou interesses suficientemente extensivos a ponto de poderem fechar as rupturas sociais acuradas ao longo de anos.

Com o realismo que o tema requer, Reficco et. al. (2011, p. 171) ainda insiste que ações meramente mitigatórias, como as ofertadas pela esfera privada no cumprimento de sua responsabilidade social, são insuficientes para o acesso a progressos sustentáveis, haja vista que, conforme complementa Drucker (1992, p.134) as empresas corporativas têm no lucro – e não no social – o centro de seus planos e o seu principal objeto de interesse.

Destarte, é pungente a necessidade de que iniciativas planejadas, solidárias e abnegativas, institucionalizadas ou não, possam ser elaboradas e corretamente empregadas no intuito de produzirem alterações significativas capazes de aumentarem a qualidade de vida das pessoas, ante as limitações sociais e políticas observadas na atual conjuntura.

O empreendedorismo social, por meio de ações sustentáveis que oportunizem a participação de todos, interessa-se em “suprir as carências fundamentais da sociedade deixadas em aberto pelo poder público” (MELO NETO E FROES, 2002, p. XII), seja pela insuficiência dos recursos ou pelo uso indevido da máquina pública.

3.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL E FILANTROPIA

Ampliando a discussão, questiona-se também acerca dos reais objetivos e resultados da filantropia praticada pelo setor público e privado. Para Reficco (2011, p. 162), por mais razoáveis que pareçam serem as saídas indicadas pelas ações filantrópicas, admitido inclusive o caráter subjetivo de suas intenções, geralmente, elas tendem a tornarem-se ineficazes sobre o âmago da questão por concederem resultados meramente paliativos.

Reficco (2011, p. 162) esclarece que estas ações não removem a raiz do problema. Alienadas às operações que compõe o cerne dos negócios da organização, a filantropia, pertencente à esfera social, combina um processo que inclui grande ativismo por parte dos promotores e uma baixa ingerência do público-alvo. Esta equação, por si só, instaura a existência de uma relação unilateral, favorecendo a

destoante visão do desenvolvimento de cima para baixo, que termina por reduzir exponencialmente a difusão dos benefícios. Assim, por mais bem intencionadas que sejam estas ações, para Reficco (2011, p. 163), a filantropia, dada suas características desvantajosas como o autocentrismo, o ataque a sintomas ao invés das causas, e a decorrente ineficácia, fazem com que os dramas da não qualidade de vida, em pouco tempo, retomem seu papel desagregador.

3.3 POBREZAS E CONSUMISMOS

Em sua obra intitulada “O Homem dos Quarenta Escudos” de 1768, reeditada no Brasil em 2007, Voltaire, grande pensador francês do século XVI, pontuava a origem do problema da escassez de recursos e do desequilíbrio social no próprio comportamento socioeconômico. Disse ele: “a causa de nossa pobreza está em nossas novas necessidades” (VOLTAIRE, 2007, p. 13).

Estupefato com os ditames da sociedade parisiense de seu tempo em acelerado consumismo e em progressivo sentimento de descrédito quanto aos valores sociais mais prementes, registrou sua perplexidade nas seguintes palavras:

> Vemos cem vezes mais diamante nas orelhas, no pescoço e nas mãos de nossas cidadãs de Paris e de nossas grandes cidades, do que os tinham todas as damas da Corte de Henrique IV, incluindo a rainha. Foi preciso pagar quase todas estas superfluidades à vista (VOLTAIRE, 2007, p. 13).

Para solucionar os problemas da falta de recursos e da miséria, oriundos muitas vezes do superficialismo que se impera por detrás das coloridas plumas da estética classista, como denunciado por Voltaire, Reficco et al. (2011, p.173) sugere que eles devem ser trabalhados sob uma nova perspectiva.

Nesta nova proposta, o autor indica que três elementos principais deverão existir para a solução da pobreza:

- Regime de escala: O processo de transformação deve ocorrer em regime de escala, permitindo que os danos causados pela miséria e a complexidade das soluções sejam trabalhados de forma a atender o maior número de pessoas possíveis;
- Estabilização dos resultados: É preciso estabilizar os resultados do processo a fim de que alcancem várias gerações, não trazendo uma mudança apenas

ocasional ou momentânea. Ainda que ocorram alterações na gestão do projeto, mutações políticas e econômicas, ou mesmo diante da iminente falência do empreendimento, seus efeitos deverão perdurar;

- Eficiência e eficácia: Conforme Reficco et al. (2011, p.173), qualquer ação desenvolvida deverá ser permeada por critérios de eficiência e eficácia, em relação a se fazer o melhor uso possível dos recursos, ainda que estes sejam visivelmente insuficientes.

Melo Neto e Froes (2002, p. 4), indicam que para se lidar com disfunções como a pobreza e a ausência de recursos é preciso inserir "um novo modelo de desenvolvimento" no qual o coletivo possua a primazia. Nas palavras dos autores, "urge construir um tipo de desenvolvimento, sobretudo social num primeiro momento. Em seguida, viabiliza-se o desenvolvimento político, cultural e econômico" (MELO NETO e FROES, 2002, p. 4). Isso demonstra que nada pode ser efetivamente executado se o aspecto social participativo não ocupar seu lugar prioritário, uma vez que todos os demais elementos possuem, na sociedade, seu principal interessado.

Um exemplo digno de nota vem da África. Nos últimos anos, como mencionado por Reficco et. al (2011, p. 164), um movimento de intelectuais africanos intitulado *"no more aid, please"* – "por favor, não queremos mais ajuda" em português – pede a suspensão dos auxílios recebidos por ONG's e governos durante anos. Como justificativa para o inusitado pedido, o movimento alega que, embora a ajuda internacional sane falhas imediatas, ela prejudica sua atuação criativa para geração de riqueza local e iniciativas de negócio, acarreta a perpetuação de um governo fraco e culturalmente dependente, e restringe a autonomia étnica e institucional da região.

Melo Neto e Froes (2002, p. 5) asseguram que os "valores da cooperação, reciprocidade, partilha, complementaridade e solidariedade" circundam as diretrizes de empoderamento e independência nas quais o empreendedorismo social se baseia. Tudo isto concede eficiência ao intervencionismo proposto, que, por sua vez, transfigura-se em fomentos de mercado como as empresas sociais, um tipo de negócio humanizado de desenvolvimento que é, ao mesmo tempo, "lucrativo, comunitário, sustentado e integrado" (MELO NETO e FROES, 2002, p. 5).

Elementos diferenciadores de desenvolvimento como os apresentados servem para caracterizar as empresas de impacto social, ao passo que as posicionam como importantes aliadas no combate aos problemas atinentes à degradação socioeconômica e aos seus negativos reflexos.

Sendo, na visão de Tozzi (2017), uma espécie de *player* de mercado, ainda incipiente, mas de progressivo destaque por conta de sua natureza ao mesmo tempo lucrativa e beneficente, os negócios do social, voltados à transformação cidadã, vêm despertando o interesse de investidores, governos e apoiadores em geral, o que faz com que a busca de um “maior lugar ao sol” quanto à sua inserção, distinção e formalização societária, levem estas empresas sociais a ocuparem o chamado setor dois e meio da economia.

3.4 ENTENDENDO ESSE TAL SETOR DOIS E MEIO

A divisão sociológica comumente utilizada classifica, conforme Almeida (2017, p. 72), o Estado como o primeiro setor, uma vez que é ele o maior responsável pela implementação e efetivação das políticas públicas de infraestrutura, serviços de saúde, educação, moradia, segurança e outros, tendo garantido seu poder discricionário. Isto lhe permite, dentre outras prerrogativas, cobrar impostos e administrar o patrimônio público. Já o segundo setor é constituído pelas empresas privadas lucrativas, enquanto as entidades sem fins lucrativos com objetivos voltados único e exclusivamente para o bem-estar social e onde, para Sabbag (2009, p. 9), há forte captação de trabalho voluntário, são enquadradas como o terceiro setor.

Souza (2015) informa que as empresas sociais, ao congregarem em sua estrutura formal características do segundo e terceiro setores, sem, todavia, confundir-se com eles, alocam-se de modo economicamente distintivo, posicionando-se entre empresas lucrativas e organizações não governamentais (ONG’s), ao que a literatura vem chamando de “setor dois e meio da economia”.

A autora detalha que os elementos caracterizadores do infante segmento são a precedência da finalidade social como eixo de negócios, havendo ainda, num segundo plano, a possibilidade de empenho pela maximização da lucratividade.

Outro ponto que garante sua tipificação peculiar, alega Souza (2015), é o da limitação da distribuição dos lucros aos sócios e investidores.

Ainda consoante a Tozzi (2017), a legislação societária e tributária brasileira admite que uma empresa lucrativa tradicional é formada por pessoas jurídicas que dispõem de um proprietário e distribuem seus dividendos oriundos do negócio entre os sócios e proprietários, ficando, consequentemente, sujeita a todo tipo de tributação referente ao mercado explorado. No caso das entidades sem fins lucrativos, isso não acontece. Em vez de distribuírem seus dividendos ou bonificações, elas reaplicam toda a renda obtida para as atividades da própria organização, como é o caso das ONG's, Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip's), Instituições religiosas, Associações, entre outros.

Sob um olhar estereotipado, há quem enxergue os empresários como seres individualistas. Mas a busca por lucros não impede que o negócio também vise ao bem-estar da comunidade. Analisando-se o desenvolvimento de empresas sociais**,** vê-se que a própria essência dessa categoria se relaciona com a preocupação pelo coletivo, reunindo, como afirma Almeida (2012, p. 123), qualificações que perpassam tanto pelo segundo quanto pelo terceiro setor da economia, o que lhes confere uma posição intermediária no processo empresarial.

Por conseguinte, Souza (2015) afirma que a formalização societária destes empreendimentos tem adotado pessoas jurídicas ora pertinentes ao segundo setor, ora próprias do terceiro setor.

Assim sendo, a estratégia de negócio desta modalidade, embora tenha como objeto de interesse o incremento comunitário, resguarda intenções primárias de autossustentação por meio da comercialização de seus produtos e serviços, defendendo assim, uma cultura de não dependência de doações ou patrocínios para formação de sua renda. Ao mesmo tempo, Tozzi (2017) informa que, uma vez definida e retirada uma renda suficiente para sua sobrevivência, os mais importantes esforços e resultados obtidos pelo negócio são sempre voltados à solução de algum problema social, promovendo um impacto positivo que gere mudanças e a melhoria das condições.

O setor dois e meio, como possível classificação introduzida a partir do agrupamento de atributos comuns ao segundo e terceiro setores econômicos, pode estimular a

formatação de linhas de crédito para o segmento, uma mais expressiva projeção de marcas socialmente responsáveis, bem como uma abertura comercial que favoreça a efetivação de projetos base de inovação social.

Segundo Lévesque (2001), citado por Brunstein, Rodrigues e Kirschbaum (2008, p. 120 e 122), a inovação social refere-se a novas maneiras de fazer as coisas objetivando “rearranjar os papéis sociais” e/ou dar respostas diferenciadas para situações de precariedade e insatisfação social. É justamente isso o que se propõe a realizar as empresas e iniciativas alocadas no segmento do empreendedorismo de base social: superar as problemáticas comunitárias por meio da aplicação de ideias e projetos específicos. A inovação, a propósito, é considerada um elemento caracterizador das relações do empreendedor social em todos os seus aspectos.

Tematizando o ponto, “o sentido de inovação pode ser genérico e adequar-se a qualquer concepção” (BARTHOLO e CIPPOLA, 2012, p. 196). David e Devevey (1982, p. 8-18), endossados por Bartholo e Cippola (2012, p. 197), entendem que além de cooperar significativamente para a superação de algum problema de ordem coletiva, a inovação social pode favorecer o estabelecimento de novas relações sociais seguindo uma lógica de “compartilhamento de responsabilidades e construção do poder”, além de poderem desencadear notórios processos de disrupção.

Trazida pelo empreendedorismo, a chamada inovação disruptiva diz respeito a um fenômeno pavimentado por ações que produzem alterações profundas no comportamento do mercado consumidor mundial.

Carvalho (2017), apoiando-se nas análises de Ellen Kiss (2017), superintendente de Inovação do Banco Itaú, indica que este tipo de inovação se manifesta por meio de um produto ou serviço que cria um novo mercado e desestabiliza os concorrentes que antes o dominavam. Sua relação com o empreendedorismo social surge na própria desenvoltura do processo, uma vez que este tipo de inovação pode partir de algo simples, com valor mais acessível em comparação aos similares. Horn e Staker (2015) afirmam que geralmente, inicia-se se mostrando capaz de atender a um público modesto que antes não tinha acesso ao mercado. Até que, subitamente, abocanha todo o segmento, forçando-o a uma reconfiguração matricial, e/ou fazendo soçobrar aqueles que antes o lideravam.

O termo, criado pelo professor da Harvard College Clayton M. Christensen, foi inspirado no conceito da Destruição Criativa de Joseph Alois Schumpeter para explicar os ciclos do negócio. Segundo Christensen (1997, p. 1-14), o capitalismo funciona em ciclos, e cada nova revolução (industrial ou tecnológica) destrói a anterior e toma seu mercado.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho de pesquisa se utiliza de uma abordagem descritiva bibliográfica tendo como intuito uma exposição qualitativa referenciada em diversos autores cujas obras forneçam contribuições relevantes ao problema temático proposto, sejam por livros, artigos científicos, periódicos ou sites confiáveis, propiciando uma averiguação elucidativa e agregadora durante todo o decorrer da apuração.

De acordo com Sabbag (2009, p. 9), as pesquisas científicas são singulares, desafiadoras e lidam com recursos e conhecimentos escassos. Por meio dela, a ciência propõe-se a enfrentar o desconhecido e incerto, como ocorre, por exemplo, no modelo bibliográfico.

Em conformidade, Piccoli (2006, p. 125) propõe que o tipo bibliográfico aplicado a este trabalho, situa o pesquisador de tal forma a “colocá-lo em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre um determinado assunto”. Ela demanda um conjunto estrutural composto por itens como a definição do tema, a proposição de um problema, a fixação de objetivos, a elaboração de um planejamento para levantamento de informações, a identificação de fontes seguras de consulta, a análise e interpretação dos dados e a conclusão.

Martins (2011, p. 82), convalidando o levantamento bibliográfico, observa que “as ciências se distinguem pelo conjunto de dados que privilegiam, pelos raciocínios com eles construídos e pelas conclusões que apresentam” (MARTINS, 2011, p. 82). Isto poderá conceder o aporte científico necessário para as análises, além de uma fundamentação mais responsável e comprometida em relação ao conhecimento experimental.

Centrada na compreensão da dinâmica das relações sociais, a pesquisa qualitativa, para Gerhardt e Silveira (2009, p. 31 e 32), não se absorve em representatividades numéricas quanto a valores, trocas simbólicas ou cálculos estatísticos. Antes, possuindo natureza não-métrica, este modelo analisa os dados tendo como interesse explicar o porquê das coisas, produzindo novas informações e exprimindo o que convém ser feito.

Por outro lado, Bonat (2009, p. 12) salienta que o objetivo da pesquisa descritiva é deter-se na descrição de fenômenos sem a obrigatoriedade de propor soluções. No

entanto, ao fornecer um diagnóstico amplo do problema motivador da pesquisa, este modal torna-se um facilitador para que se identifiquem possíveis saídas.

Gil (2008, p. 28), por sua vez reiterando e ampliando a pauta, pontua, de forma conceitual, que a pesquisa científica descritiva também tem como objetivo delinear os atributos de determinada população, além de descrever fenômenos. Neste caso particular, todavia, a indagação não se aplica a uma população definida e sim na segunda proposta do autor que requer a objetivação científica do fenômeno, como sugerido pela mesma fonte. Logo, a natureza revisional aqui defendida não intenciona sediar este trabalho em um local específico, seja uma amostra populacional para estudo ou algum território geográfico determinado para buscas.

Sobre esta premissa, Dolabela (2008, p. 23 e 24) afirma que estímulos empreendedores, passíveis de caracterização, podem ser observados ou desenvolvidos em qualquer indivíduo, já que todos são capazes de empreender, independentemente se serão ou não bem-sucedidos. Por esta razão, também se exclui a inserção de variáveis de pesquisa e a necessidade de coleta de dados.

Segundo Cervo (2002, p. 66), este tipo de pesquisa é documental, pois tem a função de observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos variáveis sem manipulá-los, preservando assim sua originalidade e dando credibilidade aos achados. Estes requisitos elementares atendem ao modelo escolhido para este trabalho, permitindo ao leitor uma compreensão fidedigna quanto ao conteúdo oferecido, bem como a absorção do aprendizado proposto.

Enquanto processo dinâmico e inacabado, o conhecimento, conforme Gerhardt e Silveira (2009, p. 17 e 23), exige pertinência na elaboração e categorização precisa. O uso adequado de instrumentos qualitativos de investigação, captação de dados, ordenamento e difusão devem margear a prática destes princípios balizadores, firmando relações coerentes no campo do proceder científico.

Desta forma, como caminho para a construção do saber, o método usado pretende direcionar o leitor deste trabalho a uma profunda reflexão sobre as abordagens, evidenciando uma relação qualitativamente observável entre o empreendedorismo como agente de mudança e desenvolvimento e suas nuances sociais frente às inegáveis carências públicas.

Como resultado, a pesquisa poderá apontar que estas deficiências podem e devem ser tratadas com o comprometimento e inovação característicos do empreendedor, e de forma sensível e arrojada o suficiente para a edificação de novas e descentralizadas saídas, e para a superação dos percalços surgidos a cada desafio.

5 EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Defendendo a ideia de que este nicho empreendedor possui a capacidade de viabilizar mudanças sociais importantes e duráveis, Grazzioli (2015) afirma que empresas sociais são opções viáveis para empreendedores inspirados a atuar no mercado e ao mesmo tempo participarem ativamente, com o próprio modelo de negócio, para a edificação de uma sociedade mais justa.

Este modelo possui na inclusão e no igualitarismo o cerne de sua força de existir e o motor para a formação de uma rede de compromisso empenhada em buscar resultados comuns e positivos para todos os membros da sociedade (OLIVEIRA, 2014).

Nas sessões a seguir, estão descritos casos que materializam com propriedade as ações alvitradas no empreendedorismo social, seus fomentos, criatividade e missão tal como segue:

Caso 1: Empreendedorismo social no contexto educacional

Caso 2: O comprometimento ambiental e sustentável do empreendedorismo social

Caso 3: O empreendedorismo social e a moradia

Caso 4: Dr. Consulta: empreendedorismo social na saúde pública

5.1 CASO 1 – O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO CONTEXTO EDUCACIONAL

Fischer (2005, p. 21) esclarece que uma “rede de compromisso social é aquela que se tece com a mobilização de pessoas físicas ou jurídicas, a partir da percepção de um problema que rompe ou coloca em risco o equilíbrio da sociedade [...]”. Unida aos princípios do empreendedorismo, que requerem estratégia, audácia e voracidade ante as ameaças do mercado, e que exigem força criativa e desejo para a provocação de mudanças, esta rede ativista pode muito em seus efeitos, entrelaçando pessoas que possuam ideias inovadoras e que tenham um propósito comum: empreender pela construção de um mundo melhor.

Isso é o que propõe o Instituto Chapada de Educação e Pesquisa – ICEP, uma ONG brasileira que trabalha – como descrito pelos próprios idealizadores – para “tornar

realidade o sonho do acesso universal à educação pública de qualidade". Seu interesse é criar uma rede de formação continuada nos campos da Educação Infantil e do Ensino Fundamental, promovendo a participação conjunta de profissionais da educação, pais, estudantes, empresas e representantes da sociedade civil e do poder público de uma localidade específica, destinada a promover avanços sustentáveis quanto a qualidade do ensino ofertado nas escolas públicas. Esta rede de apoio é denominada "Territórios Colaborativos".

A proposta consiste em estabelecer junto à comunidade um senso de responsabilidade geral em prol do melhoramento da qualidade do ensino oferecido nos municípios por meio da criação de panoramas e estratégias para qualificar e melhorar a educação a partir do aprimoramento das práticas pedagógicas aplicadas em sala de aula.

A foto 1 apresenta a imagem de um evento realizado pelo ICEP em 2016, onde municípios da Bahia e Pernambuco promoveram a Campanha de Mobilização para assegurar a continuidade e a evolução das boas políticas educacionais na região. Na ocasião, os participantes firmaram compromissos pelo desenvolvimento da educação na região.

Foto 1: Campanha de Mobilização pelas boas políticas educacionais em 2016

Fonte: ICEP. Disponível em: http://institutochapada.org.br/2017/02/16/pela-qualidade-da-educacao/.Acesso em 25 de set. 2017.

Pequenos e médios municípios, que sozinhos não poderiam arcar com todas as despesas de um programa de formação continuada para professores, gestores

escolares e equipe técnica da Secretaria de Educação, juntam-se em uma parceria colaborativa e dividem gastos com programas de formação que podem durar de dois a quatro anos. Para isto, o ICEP articula os setores público e privado e a sociedade civil, além de promover a participação dos estudantes na definição de metas e propostas.

A ONG realiza ainda um trabalho de mobilização social, em que todo o programa de formação é concebido, posto em prática, avaliado e monitorado pelos próprios educadores e pela comunidade. Esta metodologia de cooperação motivada está sendo implementada também em municípios de grande porte como em Salvador, na Bahia. Como consequência, em 18 meses, a cidade subiu 10 posições no ranking das capitais no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica, o IDEB.

Neste construto humanizado associativo, a corresponsabilização social que emana do projeto, bem como a conhecida produção apontada no crescimento das notas das avaliações nacionais dos municípios aderentes, atestam sua genuinidade e competência para otimização dos resultados. Premiado desde 2005, as iniciativas do ICEP vêm causando efeitos cada vez mais relevantes.

Naquele ano, o Projeto Chapada foi considerado um dos 20 melhores e mais inovadores projetos sociais na América Latina na Categoria Educação Básica, pela Fundação W. K. Kellogg e a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe da ONU (CEPAL), recebendo uma Menção Honrosa em novembro de 2005, na sede da CEPAL em Santiago, Chile. Em 2012, Cybele Amado de Oliveira, presidente do ICEP, foi a ganhadora do 8º Prêmio Empreendedor Social, iniciativa promovida pela Folha de São Paulo em parceria com a Fundação Schwab, organização sem fins lucrativos com sede em Genebra, na Suíça, que tem como missão fornecer uma plataforma global para disseminar modelos socioambientais inovadores e sustentáveis.

Percebe-se, portanto, que casos como os do ICEP chamam à existência benefícios verdadeiramente duradouros não apenas aos favorecidos diretos, mas indo até aos que, ainda que indiretamente, contribuem e participam das propostas do empreendimento, formando assim, uma importante rede informal e parceira de cooperação na busca do bem comum pelo correto emprego das potencialidades humanas na melhoria contínua da coletividade.

Aos profissionais da educação de cidades com menos recursos, que antes contavam com poucas perspectivas para se atualizarem, ou mesmo que se viam distanciados quanto ao uso de metodologias mais eficientes e ferramentas didático-pedagógicas mais modernas, diante de iniciativas desta estirpe são, de fato, incluídos socialmente. Assim, têm eles suas capacidades ampliadas e ainda percebem renovado sentido às suas atividades educacionais. Tudo isto, graças a uma proposta que é, ao mesmo tempo, de natureza funcional e sistêmica, conjuntural, e com a qualidade necessária para o alcance das metas estabelecidas e almejadas a todo o organismo educativo e institucional.

5.2 CASO 2 – O COMPROMETIMENTO AMBIENTAL E SUSTENTÁVEL DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

É possível que uma boa parte das pessoas enxergue os empresários como seres egocêntricos, individualistas, devotos apenas à conquista de maiores fatias de mercado, patrimônio e reconhecimento. Mas a busca por lucros não impede que o negócio também mire o conforto da comunidade. No caso do empreendedorismo social, o núcleo das chamadas “empresas sociais” se relaciona matricialmente com os interesses públicos.

De posse dos conceitos adaptados da Babson College – instituição educacional estadunidense fundada em 1919 e pioneira no ensino empreendedor – Saraiva (2005, p. 95) informa que projetos de empreendedorismo social caracterizam-se não somente pela mera ligação financeira entre cliente e fornecedor para a efetivação de vendas e lucro, mas por identificar oportunidades voltadas ao enfrentamento de problemas sociais ou ambientais, com ênfase “em áreas como saúde, educação, pobreza, fome, energia, água, aquecimento global, biodiversidade e infoinclusão”.

Visando a otimização dos resultados, estes pontos podem e devem entrelaçar-se, dada a cadeia integradora para onde todos eles igualmente convergem: o bem-estar do ser humano. Sabidamente, as questões ambientais estão intimamente relacionadas às condições de vida das pessoas, e qualquer degradação ocasionada ao meio oferece potencial risco à própria sobrevivência da espécie.

Emitido em 2015, um relatório detalhado para a formulação de políticas da Organização Mundial da Saúde (OMS) intitulado *Reducing Global Health Risks*

(Reduzindo os Riscos Globais de Saúde), indica que poluentes climáticos de vida curta – os chamados SLCPs – incluindo carbono negro, metano e ozônio, são responsáveis por uma fração substancial de mudanças climáticas, bem como por uma proporção significativa de doenças relacionadas a poluição do ar e que matam cerca de 7 milhões de pessoas por ano em todo o mundo.

Dados preocupantes como estes se tornam rapidamente objeto de interesse do empreendedor social em seu afã de atenuar os reflexos negativos do problema. Uma alternativa possível, como reivindica o próprio relatório da OMS, é a fomentação de políticas ambientais de importância geral para a população aliada a iniciativas no setor privado como a criação de negócios sustentáveis que sejam social e ambientalmente comprometidos. Esse é o caso da brasileira Geo Energética.

Há alguns anos, a companhia tornou-se desenvolvedora de um processo biotecnológico inovador para a produção de biogás, obtido a partir do aproveitamento de resíduos da indústria sucroalcooleira. Trata-se de um sistema industrial de biofermentação controlada (temperatura, pressão, concentração e alimentação) que sistematiza a depuração biológica para reciclagem de resíduos orgânicos como o bagaço de cana de açúcar.

Logo abaixo, a foto 2 traz uma imagem do parque industrial da companhia enquanto a foto 3 contém imagens dos sócios fundadores Alfons e Alessandro Gadermann, idealizadores da empresa sediada em Tamboara/PR.

Foto 2: Parque industrial da Geo Energética/ Foto 3: Sócios Alfons e Alessandro Gadermann

Fonte: Geo Energética.
Disponível em: http://www.homedecore.com.br/wpcontent/uploads/2015/10/GeoEnergetica.jpg e http://www.geoenergetica.com.br/painel/imagens/img_geonamidia/not_2152013105931.jpg. Acesso em 27 de set. 2017.

Com operação em escala industrial no Estado do Paraná e com negócios cada vez mais promissores, a Geo Energética é a patenteadora de um modelo único para a reciclagem de resíduos orgânicos (líquidos e sólidos). É também a líder nacional na geração do biocombustível concebido deste processo e que pode ser utilizado no fornecimento de energia elétrica de fonte renovável, ou na produção do biometano em substituição ao óleo diesel.

Objetivando oferecer à agroindústria brasileira, especialmente ao setor sucroenergético, uma solução economicamente viável e ambientalmente sustentável, a Geo Energética trabalha na transformação de resíduos em riquezas tanto de cunho pecuniário, como também social e ecossistêmico.

Almeida (2012, p. 91) informa que a partir dos anos 1990 o conceito de Produção Mais Limpa não só foi incorporado ao sistema econômico mundial como também foi conjuntamente definido por organismos internacionais tais como a Organização Pelo Desenvolvimento Industrial das Nações Unidas e o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente como ação preventiva, ambientalmente estratégica e de aplicação contínua sobre processos, produtos e serviços em todo o mundo. Seu objetivo é disseminar a ecoeficiência e mitigar os riscos à saúde e ao meio ambiente. O autor ainda indica que hoje, devido às pressões feitas por ONG's, consumidores e por conta da própria dinâmica do mercado, a performance ambiental de empresas e corporações tornou-se um fator de competitividade.

Neste prisma, as iniciativas da Geo Energética se coadunam com a literatura que, dentre outras coisas, conclui que o uso de energia limpa e o correto emprego dos recursos naturais existentes, como defendido pela filosofia da própria companhia, trazem importantes benefícios para a saúde como a redução nos índices de doenças infecciosas. Ao proporcionar benécias ambientais para o planeta e sua população, o empreendedor social, como apoia Saraiva (2005, p. 95), também cumpre seu papel enquanto promotor do desenvolvimento humano de forma inovadora, dedicada e sustentável.

5.3 CASO 3 – O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E A MORADIA

Outro problema social de rápida percepção no Brasil – e em muitos países no mundo – diz respeito à temática da habitação. Numa pesquisa realizada em 2015

pela Fundação João Pinheiro com o apoio de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), revelou-se que o déficit habitacional no país bate atuais 6.186.503 em totais absolutos, segundo dados divulgados pela Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC, 2017). Um dos sintomas desta desarmônica situação é a formação de pontos de conflito por posse de propriedade, que associados aos crescentes números da falta de moradia, falta de saneamento básico e do desemprego, reiteram a gravidade do problema no país. Programas sociais como o Minha Casa, Minha Vida do governo federal brasileiro propõe uma solução de caráter coletivo, tal qual é exigido para a voluptuosa dificuldade da moradia no país. Cavalcanti (2017, p. 21) declara que o crescente déficit habitacional é resultado de séculos de exclusão social e desmedido descaso quanto ao planejamento urbano tão pertinente ao crescimento sustentável e organizado de qualquer território demarcado. O próprio direito à cidade tornou-se, em muitos casos, um artigo de luxo, gerando contenciosos em pleno desenvolvimento, como é o caso do Movimento dos Sem-Terra (MST).

Sob esta inquietante lacuna social, desdobra-se um aglomerado de outros danos de complexa resolução que envolve desde fatores políticos e ambientais até deficiências na estrutura macroeconômica e equívocos no planejamento urbanístico, em algumas cidades.

Neste conflituoso cenário, ações empreendedoras socialmente empenhadas demonstram ser uma alternativa viável e plenamente aplicável. Como prova disso, observa-se o trabalho realizado por empresas como a Terra Nova Regularizações Fundiárias.

Na figura 1 a seguir, tem-se a logomarca da empresa.

Figura 1: Logomarca da empresa Terra Nova

Fonte: Grupo Terra Nova. Disponível em: http://www.claudionasajon.com.br/wp-content/uploads/2012/05/terra-nova.bmp. Acesso em: 25 de set. 2017.

Fundada no ano de 2001, a Terra Nova é uma empresa social que trabalha com a mediação de conflitos humanos tendo como eixo laboral a Regularização Fundiária Sustentável de áreas urbanas particulares ocupadas irregularmente.

A missão do negócio é dar acesso ao título de propriedade, melhorando assim a qualidade de vida de comunidades que vivem em assentamentos precários no Brasil, além de indenizar proprietários de terras em litígio.

Hoje, presente em três estados brasileiros, a organização que age reunindo advogados, urbanistas, assistentes sociais e mediadores profissionais, regulariza mais de 2,5 milhões de m² de áreas urbanas particulares, contribuindo para o desenvolvimento de diversas comunidades, sem, contudo, ocasionar traumas aos envolvidos no processo.

Respeitando as diretrizes urbanísticas e ambientais ditadas pela legislação vigente e pelos órgãos competentes, através da mediação dos interesses entre proprietários e ocupantes, o grupo Terra Nova elaborou um modelo de intervenção que busca resolver conflitos de terra de forma pacífica, permitindo que as famílias envolvidas obtenham por si mesmas o direito ao título de propriedade dos lotes onde moram, garantindo assim que a propriedade cumpra sua função social.

Respaldada no Código Civil Brasileiro no tocante às mediações, a metodologia intervencionista aplicada pela empresa permite a elaboração de acordos judiciais nas ações possessórias ou reivindicatórias que pesam sobre áreas ocupadas irregularmente, resolvendo, de forma pacífica, dialógica e jurídica, os conflitos relacionados à posse de terra.

Como resultado, o proprietário é indenizado pelo imóvel que foi ocupado irregularmente. O governo não precisa desapropriar a área e passa a oferecer e regularizar os serviços públicos referenciados, investindo em infraestrutura, atraindo o comércio local e arrecadando impostos. É negociado um valor menor do terreno com o proprietário sendo permitido aos moradores pagar prestações de cerca de R$ 200, considerando-se o cálculo de aporte possível à renda mensal familiar. A empresa, por sua vez, fica com uma comissão extraída desta negociata. Depois da aprovação do parcelamento do imóvel e concluído o pagamento da respectiva indenização, cada família recebe por si mesmo o título de propriedade do lote que ocupa, garantindo assim que a propriedade cumpra sua função social.

Graças a seus esforços e engajamentos sustentáveis, a empresa ganhou o Prêmio Empreendedor Social 2008 promovido pela Folha de São Paulo, o principal concurso de empreendedorismo socioambiental na América Latina e um dos mais concorridos do mundo. O empreendimento também obteve reconhecimento internacional sendo recebedor do Prêmio Changemakers por gerar soluções inovadoras que contribuem para o fortalecimento dos direitos territoriais. Conquistou ainda o René Frank Habitat Award, premiação concedida pela International Real State Federation (Federação Internacional dos Agentes e Empresas Imobiliárias, FIABCI).

Avalizando o direito à cidade a partir de ações empreendedoras de impacto social, conforme vindicado por Cavalcanti (2017, p.21), e favorecendo a redução dos crescentes índices do déficit habitacional estimado, a Terra Nova Regularizações Fundiárias, desde o início de suas operações, já legitimou o endereço de mais de 22 mil famílias nos Estados do Paraná, São Paulo e Goiás sendo a única empresa brasileira especializada em intermediar conflitos de terra de áreas urbanas particulares e incluindo-se no chamado setor dois e meio da economia.

5.4 CASO 4 – DR. CONSULTA: EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA SAÚDE PÚBLICA

Segundo a ANS (Agência Nacional de Saúde) a instabilidade econômica instaurada no país trouxe quedas vertiginosas nos índices de usuários de planos de saúde (SCHELLER, 2017). Em 2009, o autor informa que o número de pessoas que possuíam seguros de saúde no Brasil era de cerca de 40, 6 milhões. Com o aquecimento de setor, em 2014, este número saltou para 50,4 milhões. Com a crise, porém, despencou para a casa dos 47,6 milhões em 2017.

Scheller (2017) informa que, projetada para atender a nova classe média, a rede de clínicas particulares Dr. Consulta, criada em 2011 pelo executivo Thomaz Srougi, tem uma missão clara: oferecer consultas e exames a valores acessíveis e competitivos, garantindo agilidade no atendimento.

Passados seus três primeiros anos de operação na favela de Heliópolis, na zona sul de São Paulo, a rede, que de acordo com Scheller (2017), já conseguiu atrair US$ 95 milhões em investimentos estrangeiros, ampliou-se, e hoje dispõe de 45 unidades em São Paulo. Para o ano de 2018, sua estratégia de negócio visa aproximar-se

também da Classe A e ampliar seu atendimento em 66% com a abertura de 30 novas unidades, aumentando sua presença no interior do estado e iniciando uma estrutura de atuação nacional.

A Foto 4 a seguir, mostra a recepção de uma das 45 filiais da empresa:

Foto 4: Centro médico Dr. Consulta

Fonte: Dr. Consulta. Disponível em: http://i0.statig.com.br/bancodeimagens/55/k1/tt/55k1ttyf5fpxtnot4fmebnc4q.jpg. Acesso em 14 de nov. 2017.

Discutindo a respeito dos avanços necessários para a melhoria da qualidade nas consultas médicas, segundo Morais (2017), a empresa defende que o futuro consultório médico incita a implementação de um remodelamento tecnológico e de interação à distância na área da saúde, como a realização de consultas por videoconferências e a gestão de médicos e pacientes com o uso de ferramentas virtuais como os aplicativos de celular. Para a rede Dr. Consulta, a “telemedicina” é uma tendência no setor e trará, como consequência, a redução dos custos e um maior acesso aos serviços principalmente a pacientes de baixa renda.

“Para Paulo Furquim de Azevedo, diretor do Centro de Estudos em Negócios do Insper, a Dr. Consulta acertou ao priorizar o nicho mais barato da saúde: a consulta e os exames” (SCHELLER, 2017).

A empresa, que fora projetada para atender àqueles que nos últimos anos migraram para a nova classe média, conforme Scheller (2017), atualmente possui uma

clientela curiosamente diversificada. Assessorada pela consultoria Vicente Falconi em sua gestão, a empresa identificou que 10% de seus usuários pertencem à classe A e cerca de 20% possui planos de saúde. Srougi garante que a proposta do negócio social em unir preços atrativos e rapidez no atendimento são a causa principal de tamanha procura tanto por parte de quem depende do Sistema Único de Saúde (SUS), quanto por parte daqueles que já tiveram contato com operadoras de saúde particulares.

Tringoni (2017), racionalizando os bons resultados de empreendimentos como o Dr. Consulta e demais apresentados, afirma que empresas que procuram adicionar valor à sociedade detectam espaços para inovação em um mercado de interesse crescente sobre temáticas como educação, saúde, habitação e preservação ambiental.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atividades de empreendedorismo social, ocorridas sob as mais variadas experimentações e nos mais diversificados cenários, provam-se igualmente marcadas por um senso comum de altruísmo, cooperação, equidade e dignificação do homem a partir do exercício social do saber empreendedor como ferramenta de alteração positiva.

Do ponto de vista dos autores expostos neste trabalho, fica evidenciado que todo o perímetro percorrido pelo ativismo empresarial neste campo é constituído por ações que possuem no bem-estar da coletividade seu ponto de partida e sua linha de chegada.

O lucro, obviamente, na qualidade de combustível pecuniário modular capitalista, é um elemento precursor na geração dos recursos que sustentam materialmente as operações de qualquer negócio. Não obstante, embora também caracterizadas pela obtenção de renda em suprimento aos projetos e expensas organizacionais, as empresas sociais, em confirmação às bases literárias apontadas como fundamentação nesta pesquisa, não enxergam sua missão sob a lupa da aquisição de ativos. Antes, estes fomentos satisfazem-se sempre que resolvem algum problema social, ofício para o qual são vocacionados, e para o que miram contínuos esforços.

Detectar carências comunitárias e desigualdades sociais. Estuda-las, combatê-las e solucioná-las com inovação e comprometimento. Eis o propósito de existir dos empreendimentos sociais, fenômeno que vêm ganhando força e simpatia por parte das frentes políticas e empresariais em todo o mundo. Com inventividade e adaptação veem trabalhando pela eliminação ou minimização de elementos adversos ao progresso social e humano.

Uma limitação a constar, no entanto, é a não obtenção de informes quanto à existência ou não de empresas sociais no município de Aracruz e mesmo no Estado do Espírito Santo. Além disso, uma investigação quanto aos desafios para a implementação do negócio e para a continuidade dos projetos também parecem ser merecedores de futura averiguação.

Assim sendo, sugestivamente, poderá ser realizado um próximo levantamento, porém em campo e com o uso de questionários e entrevistas, a fim de se mensurar

os efeitos locais desta tendência empresarial. Além disso, um ensaio acadêmico que promova o exercício de planos institucionais de direcionamento socioambiental rentável poderá agregar um rico conhecimento experimental a discentes e professores.

De igual maneira, mostra-se cabível um estudo mais apurado das inovações disruptivas. Esta moderna manifestação surgida de observações do exercício empreendedor é sustentada pelo rompimento de antigos paradigmas não com o fim de modernizá-los, mas sim de encerrá-los iniciando nova era comercial. Desta forma, sua compreensão pode ser atinente ao tipo de alteração desfragmentada que o empreendedorismo social se propõe a fazer mediante a pertinente ineficiência governamental para o solucionamento das demandas aumentadas entre os afetados sociais.

REFERÊNCIAS

A História do Empreendedorismo, 2013. Disponível em: <https//www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/a-historia-do-empreendedorismo/48798>. Acesso em: 24 de mai. 2017.

ALMEIDA, Fernando. **Desenvolvimento Sustentável, 2012-2050 [recurso eletrônico]:** visão, rumos e contradições. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 123. ISBN 978-85352-5959-9. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=xGqu4i-zs5sC&pg=PA123&dq=setor+dois+e+meio+social&hl=pt-BR&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=setor%20dois%20e%20meio%20social&f=false. Acesso em: 27 de set. 2017.

ARANTES, Elaine C. **Empreendedorismo e responsabilidade social.** Curitiba: Ibpex, 2011. ISBN 978-85-7838-864-5.

BARGSTED A., M. **El empreendimento social desde uma mirada psicossocial.** Bogotá: Revista Civilizar SHS, n.13 (25), p. 121-132, 2013.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo:** uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007. ISBN 85-221-0533-2.

BARTHOLO, Roberto; CIPPOLA, Carla (organizadores). **Inovação social e sustentabilidade:** desenvolvimento local, empreendedorismo e design. Rio de Janeiro: E-papers, 2012. ISBN 978-85-7650-332-3. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=S_Qjx8Z4srcC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 07 de nov. 2017.

BHIDE, Amar V. **The Origin and Evolution and New Businesses.** Oxford University Press, 2003. ISBN 978-0-19513-144-4. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=ssP0yxSf0vUC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 25 de out. 2017.

BIEGING, Patrícia; AQUINO, Victor [organizadores]. **Olhares do sensível: experiências da dimensão estéticas em comunicação.** São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. ISBN: 978-85-66832-09-9. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=q5GFAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 30 de out. 2017.

BONAT, Débora. **Metodologia de Pesquisa**. 3. ed. Curitiba: IESD Brasil S.A., 2009. ISNB 978-85-387-0395-2. Disponível em: <http://www2.videolivraria.com.br/pdfs/24046.pdf.>. Acesso em 12 de nov. 2017.

BRUNSTEIN, Janette; RODRIGUES, Andrea Leite; KIRSCHBAUM, Charles. **Inovação Social e Empreendedorismo Institucional:** a ação da ONG “Ação Educativa” no campo educacional da cidade de São Paulo. São Paulo: O&S - v.15 - n.46 – jul./set. 2008.

CARVALHO, Rafael. **O que é inovação disruptiva?.** Disponível em: <https://www.napratica.org.br/o-que-e-inovacao-disruptiva/>. Acesso em: 18 de out. 2017.

CAVALCANTI, César C. T. **O Direito da Energia no Contexto Íbero-Brasileiro.** Rio de Janeiro: Synergia, 2017. ISBN 978-85-68483-37-4. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=qgsfDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 19 de set. 2017.

CBIC – Câmara Brasileira da Indústria da Construção, 2017. **Déficit Habitacional no Brasil.** Disponível em: < http://www.cbicdados.com.br/menu/deficit-habitacional/deficit-habitacional-no-brasil>. Acesso em: 13 de nov. 2017.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=IzHsyDBS8kC&pg=PA84&dq=cervo+2002+metodologia&hl=ptBR&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=pesquisa%20cient%C3%ADfica&f=false>. Acesso em: 01 de jun. 2017.

CESAR, Monica de Jesus. **Empresa Cidadã:** uma estratégia de hegemonia. Cortez Editora: São Paulo, 2008. ISBN 978-85-249-1421-8

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

CORREIA SANTOS, Susana; CAETANO, António; CURRAL, Luís. **Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo**: Como identificar o potencial empreendedor. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão – FGV/EBAPE – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresa. Rio de Janeiro, p. 2-14, out./dez. 2010.

COSTA, Maria Teresa Gomes da; CARVALHO, Luísa Cagica. **A educação para o empreendedorismo.** Revista Lusófona de Educação nº 19, 2011.

DINIZ, Marcos Paulo. **Empreendedorismo, uma nova visão**: enfoque no perfil empreendedor, 2009. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/empreendedorismo-uma-nova-visao-enfoque-no-perfil-empreendedor/35960/>. Acesso em: 25 de mai. 2017.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

_____. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DRAYTON, Bill. Disponível em: <http://www.quemseimporta.com.br/o-filme/empreendedores-sociais-2/bill-drayton/>. Acesso em: 11 de abr. 2017.

DRUCKER, Peter F. **Administração para o futuro:** os anos 90 e a virada do século. Tradução: Nivaldo Montigelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1992.

DUBET, François. **As desigualdades multiplicadas**. Revista Brasileira de Educação. Rio de Janeiro, p. 1-16, mai./ago. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n17/n17a01>. Acesso em: 25 de mai. 2017.

FERREIRA, Paulo Jorge Silveira. **Empreendedorismo** – uma abordagem sintética. 1. ed. Faro: Sílabas & Desafios – Unipessoal, Lda., 2015. ISBN 978-989-99310-4-6. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=g5KCCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 06 de nov. 2017.

FISCHER, Rosa Maria; NOVAES, Elídia Maria. **Construindo a cidadania**: ações e reflexões sobre o empreendedorismo e gestão social. São Paulo: CEATS: FIA, 2005.

Geo Energética [site oficial]. Disponível em: <http://www.geoenergetica.com.br/index.php>. Acesso em: 19 de set. 2017.

GERHARDT, Tatiana E.; SILVEIRA, Denise T. [organizadoras]. **Métodos de Pesquisa.** 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. ISBN 978-85-386-0071-8.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAZZIOLI, Airton. **Nem "Segundo", nem "Terceiro" Setores, vamos falar de "Setor Dois e Meio.** 2015. Disponível em: <http://escolaaberta3setor.org.br/artigos/nem-segundo-nem-terceiro-setores-vamos-falar-de-setor-dois-e-meio>. Acesso em: 10 de out. 2017.

HARRISON, Thomas L. **Instinto**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007. ISBN 978-85-7635-193-1.

HORN, Michael B.; STAKER, Heather. Blended: usando a inovação disruptiva para aprimorar a educação. Porto Alegre: Penso, 2015. ISBN 978-85-8479-045-1. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=31lICgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inova%C3%A7%C3%A3o+disruptiva&hl=pt-BR&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=disruptiva&f=false>. Acesso em: 18 de out. 2017.

ICEP – Instituto Chapada de Educação e Pesquisa [site oficial]**.** Disponível em: <http://institutochapada.org.br/>. Acesso em: 21 de ago. 2017.

KLEINHENZ, Christopher. **Medieval Italy:** an enciclopedy. Nova York: Routledg, 2004. ISBN 13: 978-0-415-93930-0 (hbk) (vol. 1). ISBN 13: 978-0-415-93931-7 (hbk) (vol. 2). Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=E2CTAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 23 de out. 2017.

LOPES et. al, Rose M. A. **Ensino de Empreendedorismo no Brasil:** panorama, tendências e melhores práticas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. ISBN 978-85-508-0147-6. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=RB83DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 30 de out. 2017.

MACEDO, Piedley. **Empreendedorismo na Prática:** Um guia para seu negócio. Revolução eBook, 2016. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=DN6TCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=p

t-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 12 de nov. 2017.

MARTINS, Rosilda Baron. **Metodologia Científica**. 6. ed. Curitiba, 2011.

MELO NETO, Francisco de Paulo de; FROES, César. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MORAIS, Dafne Oliveira Carlos de. **Debates GV Saúde:** disseminação do conhecimento e alinhamento dos atores sociais. FGV Pesquisas, p. 32. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/apgvpesquisa/article/viewFile/63640/61720>. Acesso em 07 de nov. 2017.

NETO, Waldemar. **A construção do primeiro debate presidencial dos Estados Unidos.** Oficina do Historiador. Porto Alegre, EDIPUCRS, v. 5, n. 2, jul./dez. 2012, pp. 145-159. e-ISSN: 2178-3748. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/oficinadohistoriador/article/view/12410/8568>. Acesso em 12 de nov. 2017.

NÓBREGA, Maílson da. **A economia (livro eletrônico):** como evoluiu e como funciona: ideias que transformaram o mundo. São Paulo: Trevisan Editora, 2016. 20Mb; e-PUB. ISBN 978-85-99519-97-4. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=MylQDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false >. Acesso em: 13 de set. 2017.

OLIVEIRA, Edson Marques. **O empreendedorismo social indutor de auto-organização no enfrentamento das questões sociais e no desenvolvimento integrado e sustentável**: notas introdutórias e aproximativas (Tese de Doutorado). Toledo-PR: Unesp, v. 8, n. 1, 2004. Disponível em: <http://erevista.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/317/233>. Acesso em: 25 de mai. 2017.

_____. **Serviço social e sustentabilidade humana:** o empreendedorismo social como estratégia de efetivação de direitos. 1. ed. Curitiba: Appris, 2014. – (Coleção serviço social). ISBN 978-85-8192-073-3. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=cCA0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 14 de nov. 2017.

PAROLIN, Sonia Regina Hierro (org.); VOLPATO, Maricilia (org.). **Faces do empreendedorismo inovador.** Curitiba: SENAI/SESI/IEL, 2008. ISBN 978-85-88980-24-2. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=8FFkakueHlwC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 06 de nov. 2017.

PICCOLI, João C. J. Normalização para trabalhos de conclusão em Educação Física. 2. ed. Canoas: Ed. ULBRA, 2006. ISBN 85-7528-103-8. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=PMTnJvKFjdcC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em 12 de nov. 2017.

QUINTÃO, Carlota. **Seminário "Trabalho social e Mercado de Emprego"**: Painel Políticas Sociais e Mercado de Emprego. Porto: Universidade Fernando Pessoa – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, 2004.

RANK, Michael. **Além das fronteiras do mapa:** 11 Exploradores que expandiram os Limites do Mundo Conhecido. Babelclube Inc., 2015. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=WZ0JCAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 24 de out. 2017.

REFICCO, Ezequiel. **Empreendedorismo Social e Desenvolvimento Sustentável.** Centro Ruth Cardoso. São Paulo: Editora Moderna, 2011. ISBN 978-85-16-07127-1.

ROTHBARD, Murray N. **Economic Thought Before Adam Smith**: An Austrian perspective on the history of economic thought. Mises Institute, 1995. ISBN 0945466-48-X. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=MCcWhLmRo-cC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 09 de ago. 2017.

SABBAG, Paulo Yazigi. **Gerenciamento de projetos e empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2009. ISBN 978-85-02-08347-9.

SAKAR, Soumodip. **Empreendedorismo e Inovação**. Lisboa, Portugal: Escolar Editora, 2007. ISBN 978-972-592-209-5.

SARAIVA, Pedro Manuel. **Empreendedorismo:** do Conceito à Aplicação, da Ideia ao Negócio, da Tecnologia ao Valor. 3. ed. Imprensa da Universidade de Coimbra / Coimbra University Press, 2015. ISBN 9892609905. ISBN digital 9789892609904. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=wtWICwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=isbn:9892609905&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwithIXL6KfWAhWJDJAKHTNDBGUQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 15 de set. 2017.

SCHELLER, Fernando. **Com aportes de R$ 300 milhões, Dr. Consulta prepara forte expansão.** O Estado de São Paulo, 26 de out. 2017. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,com-aportes-de-r-300-milhoes-dr-consulta-prepara-forte-expansao,70002060712>. Acesso em: 07 de nov. 2017.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalism, Socialism e Democracy**. USA: Start Publishing LLC, 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=yOLsAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=editions:zNIruk3YHasC&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwi-_ouz96zUAhWEPpAKHTAWBR4Q6wEIJDAA#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 07 de jun. 2017.

SCOVRONICK, Noah. **Reducing Global Health Risks - OMS**, Princeton University. Princeton, 2015, p. 7. ISBN 9789241565080. Disponível em: <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/189524/1/9789241565080_eng.pdf>. Acesso em: 15 de set. 2017.

SERTEK, Paulo. **Empreendedorismo**. 4. ed. rev. e atual. Curitiba: Ibpex, 2007. ISBN 978-85-99583-22-7.

SOUZA, Aline Gonçalves de. **Empresas sociais: uma abordagem societária.** São Paulo: Almedina, 2015. ISBN 978-858-49-3064-7. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?>. Acesso em: 05 de nov. 2017.

Terra Nova Regularizações Fundiárias [site oficial]. Disponível em: <http://grupoterranova.com.br/projetos/>. Acesso em: 19 de set. 2017.

TOZZI, José A. **ONG Sustentável:** O guia para organizações do terceiro setor economicamente prósperas. Editora Gente, 2017. ISBN 9788545201793. Disponível em:<https://books.google.com.br/books?id=cMc2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 10 de out. 2017.

TRINGONI, Felipe. **Novos modelos para novos tempos.** Jornal O Estado de São Paulo, 06 de nov. 2017. Disponível em: http://pme.estadao.com.br/noticias/pme,novos-modelos-para-novos-tempos,70002070370,0.htm>. Acesso em: 07 de nov. 2017.

VOLTAIRE. **O homem dos quarenta escudos**. São Paulo: Editora Escala, 2007.