



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL: Um estudo de caso junto à cooperativa de
reciclagem CATAMAIS**

PRISCILA PEREIRA FÉLIX LOPES

Campina Grande – 2016

PRISCILA PEREIRA FÉLIX LOPES

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL: Um estudo de caso junto à cooperativa de
reciclagem CATAMAIS**

Relatório de Estágio Supervisionado apresentado
ao curso de Bacharelado em Administração da
Universidade Federal de Campina Grande, em
cumprimento parcial das exigências para
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.^a Suzanne Érica Nóbrega Correia, Doutora.

Campina Grande - 2016

COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

Priscila Pereira Félix Lopes

Aluna

Suzanne E. N. Correia, Dra.

Professora Orientadora

Victor Vidal Bezerra, Mestre.

Coordenador de Estágio Supervisionado

Campina Grande – 2016

PRISCILA PEREIRA FÉLIX LOPES

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL: Um estudo de caso junto à cooperativa de
reciclagem CATAMAIS**

Relatório aprovado em ____ / ____ / ____

Suzanne E. N. Correia, Dra.

Orientadora

Verônica Macário, Dra.

Examinador

Darcon Sousa, Dr.

Examinador

Campina Grande - 2016

Por vezes sentimos que aquilo que fazemos
não é senão uma gota de água no mar. Mas
o mar seria menor se lhe faltasse uma gota.
(Madre Tereza de Calcutá)

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ser tudo na minha vida, pela força concedida em todos os momentos e por ter me proporcionado a graça de chegar até aqui.

A minha mãe Célia, por todo amor e dedicação, por ser a melhor mãe do mundo, por tudo que fez e continua fazendo por mim, a quem dedico todas as minhas conquistas.

A meu pai Paulo, por todo amor e por todo apoio a mim dedicado.

A meu irmão Junior, por todo o incentivo e apoio, torcendo sempre pela minha vitória.

A minha avó Terezinha, por toda dedicação, carinho e cuidado por mim, por sempre me colocar em suas orações e por ser essa avó maravilhosa.

A meu namorado Galberlandio, por todo amor dedicado a mim. Pela compreensão e paciência nos meus momentos de estresse e por ser meu parceiro em todos os momentos estando sempre ao meu lado confiando em minha capacidade e sendo fator condicionante de todas as minhas conquistas.

A minha tia Ana, por todo apoio e dedicação por mim, por está presente em todos os meus momentos e por ser essa mulher de grande coração.

A minha tia Rosa, por todo incentivo, apoio e dedicação por mim, por se fazer sempre presente e por toda a torcida.

A minha prima Sônia, por toda a torcida e dedicação, obrigada por sempre querer o meu melhor.

A meus primos, que sempre torcem por mim.

As amigas da Universidade por tudo que compartilhamos juntas, angústias, medo, superação e principalmente por essa vitória de conclusão do curso. Há vocês, meu muito obrigada, por tudo que fizeram por mim, por todo apoio e amizade sincera, contém comigo sempre. Emanuely, Maria, Ednaíra, Cilmara, Adriana. Nosso sexteto.

A professora Suzanne, pela orientação neste trabalho, pela paciência e disposição em repassar seus conhecimentos para mim, fazendo com que este trabalho fosse possível.

A Cooperativa CATAMAIS pela disposição em me ajudar na realização deste trabalho e a todos que contribuíram direto ou indiretamente com a minha caminhada até aqui.

A Universidade Federal de Campina Grande e aos professores com os quais tive a oportunidade de adquirir não só os conhecimentos acadêmicos, mas também para a vida. O meu muito obrigada a todos.

LOPES, P. P. F. **EMPREENDEDORISMO SOCIAL**: Um estudo de caso junto à cooperativa de reciclagem CATAMAIS. Relatório de Estágio Supervisionado (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2016.

RESUMO

O empreendedorismo vem se consolidando como um dos pilares para o desenvolvimento do país, por meio da geração de renda e empregos para a população. No contexto atual surge uma nova vertente de empreendedorismo, conhecida como empreendedorismo social, cujo foco principal é a missão social. Considerando o impacto das atividades de natureza social e as crescentes transformações que esse tipo de atividade sofreu nos últimos anos, este trabalho tem como objetivo analisar quais circunstâncias que levam a criação de um empreendimento social, observando as oportunidades e as características do empreendedor. Em termos metodológicos a pesquisa caracteriza-se como sendo de natureza qualitativa, descritiva e conduzida sob a forma de estudo de caso e pesquisa documental. O instrumento utilizado para a coleta das informações foi à entrevista semiestruturada e os dados fornecidos por este instrumento foram tratados por meio da análise de conteúdo. As conclusões encontradas contribuem para compreender o processo de criação de oportunidades por um empreendedor social. Foram identificadas as oportunidades percebidas pelo empreendedor social; as características dessas; os atributos do empreendedor social e o contexto de criação, conforme sugerem as categorias de análise abordadas.

Palavras chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo social; Oportunidades.

LOPES, P. P. F. **SOCIAL ENTREPRENEURSHIP**: A case study by the CATAMAIS recycling cooperative. Supervised Internship Report (Bachelor in Business Administration) - Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2016.

ABSTRACT

Entrepreneurship has been consolidated as one of the pillars for the country's development through the generation of income and jobs for the population. In the present context there is a new aspect of entrepreneurship, known as social entrepreneurship, whose main focus is the social mission. Considering the impact of social nature activities and the growing transformations that this kind of activity has suffered in recent years, this study aimed to analyze what circumstances that lead to the creation of a social enterprise, noting the opportunities and entrepreneurial characteristics. Methodologically the research is characterized as qualitative, descriptive and conducted in the form of case study and document research. The instrument used for data collection was the semistructured interview and the data provided by this instrument were treated by content analysis. The findings found contribute to understanding the process of creating opportunities for a social entrepreneur. the opportunities perceived by the social enterprise have been identified; the characteristics of these; the attributes of the social entrepreneur and the creation of context, as suggested by the addressed categories of analysis.

Keywords: Entrepreneurship; social Entrepreneurship; Opportunities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Eras do pensamento Empreendedor.....	19
Figura 02: Competências como fonte de valor para sociedade.....	30

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Resumo das características dos empreendedores.....	21
Quadro 02 - Conceitos sobre empreendedorismo social - visão internacional.....	25
Quadro 03 - Conceitos sobre empreendedorismo social - visão nacional.....	26
Quadro 04 - Diferenças entre empreendedorismo empresarial e empreendedorismo social.....	28
Quadro 05 - Organizações sociais tradicionais e empreendedoras.....	28
Quadro 06 - Características do empreendedorismo social, responsabilidade social empresarial e empreendedorismo privado.....	29
Quadro 07 - Perfil do empreendedor social.....	29
Quadro 08 - Modelo proposto por Leal et al (2013).....	32
Quadro 09 – Distinção de conceitos.....	37
Quadro 10 - Instrumento de coleta.....	44

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CATAMAIS: Cooperativa de catadores e catadoras de materiais recicláveis de Campina Grande.

CENTRAC: Centro de Ação Cultural.

CINEP: Companhia de Desenvolvimento da Paraíba

CNPq: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

EPI: Equipamento de Proteção Individual.

EUA: Estados Unidos da América.

SEMDH: Secretaria de Estado da Mulher e da Diversidade Humana.

SESAES: Secretaria Executiva de Segurança Alimentar e Economia Solidária.

UEPB: Universidade Estadual da Paraíba.

UFPG: Universidade Federal de Campina Grande.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO.....	13
1.1 Definição da Situação-Problema.....	13
1.2 Objetivos da Pesquisa.....	15
1.2.1 Objetivo Geral.....	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Justificativa do Estudo.....	15
1.4 Estrutura do Trabalho.....	16
CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 Empreendedorismo - Contextualização e Evolução Histórica.....	18
2.1.1 Características dos Empreendedores.....	21
2.1.2 Tipos de Empreendedorismo.....	22
2.2 Empreendedorismo Social.....	23
2.2.1 As Competências e Características dos Empreendedores Sociais.....	29
2.3 Conceitos relacionados a Empreendedorismo Social.....	34
2.3.1 Economia Solidária.....	34
2.3.2 Autogestão.....	36
2.3.3 Cooperativismo.....	38
CAPÍTULO 3 - ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	42
3.1 Caracterização da Pesquisa.....	42
3.2 Unidade de Análise.....	42
3.2.1 Caracterização da Empresa.....	43
3.2.2 Sujeitos da Pesquisa.....	43
3.3 Coleta de dados.....	43
3.4 Tratamento dos dados.....	46
CAPÍTULO 4 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	48
4.1 Contextualização da Unidade de Análise.....	48
4.2 Características das Oportunidades.....	52
4.3 Características dos Empreendedores Sociais.....	55
4.4 Contexto de Criação do Empreendimento.....	57
CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
REFERÊNCIAS.....	65
APÊNDICE.....	70

CAPÍTULO 1:
INTRODUÇÃO

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo introdutório aborda os aspectos gerais da pesquisa, apresentando a delimitação do problema estudado, os objetivos que orientam o estudo, a justificativa e, por fim, expõe uma síntese da estrutura do trabalho contemplando os aspectos principais de cada um dos capítulos.

1.1 DEFINIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

O empreendedorismo social é hoje um campo de análise e intervenção emergente em termos políticos e científicos, estando o fenômeno a expandir-se rapidamente e a atrair atenção crescente dos vários setores da sociedade. O fenômeno do empreendedorismo social surge no contexto de crise e desafios sociais, econômicos e ambientais com que se têm vindo a deparar as sociedades contemporâneas. A crescente popularidade do fenômeno tem sido acompanhada por um campo de análise que mistura e combina um leque diversificado de ideias que tentam descrever o empreendedorismo social, sendo esta flexibilidade dinâmica de noções a principal causa da aparente falta de clareza do conceito. Com a falta de uma definição exata é acompanhada por um excesso de significados, reflexo dos inúmeros contextos em que o termo é aplicado. O empreendedorismo social proporciona não só novas maneiras de abordar os problemas sociais persistentes, mas uma forma nova de pensar sobre eles, de modo que evoluiu a partir da necessidade de integrar a área econômica e a social em benefício do bem-estar da sociedade e se possível, desenvolver ações empreendedoras na solução dos problemas sociais vigentes dando suporte cívico, político, ético-moral e cultural.

O empreendedorismo social, com os conhecimentos existentes no seu âmbito, vem ampliando as discussões de um modelo de economia de mercado social em que a meta do mercado e do lucro tem sido buscada conjuntamente com a de coesão social por meio de diferentes tipos de políticas de bem-estar social para alavancar o processo da mudança social (MARTINELLI, 2009).

Em suas atividades, empreendedores sociais têm a necessidade de focar suas atenções para diferentes problemas sociais – pobreza, igualdade de oportunidades, violência, poluição, etc., que, muitas vezes, demandam deles um talento na busca por novas soluções que introduzam mudanças significativas na esfera social, relacionado com esta, os empreendedores sociais devem ser capazes de identificar oportunidades no ambiente ao seu

redor. Nas palavras de Dees (1998, p. 4) “onde os outros veem problemas, os empreendedores sociais veem oportunidade”.

A percepção das oportunidades no contexto do empreendedorismo social, não é de fácil compreensão, pois foge do tradicional sistema de exploração de oportunidades que tem por objetivo final a obtenção de lucros. Mesmo sendo capaz de gerar resultados financeiros, o empreendedorismo social liga-se conceitualmente à missão social geradora de mudanças.

As oportunidades são fontes para ideias de negócios (BATEMAN; SNELL, 1996). Assim, são fontes de ideias e oportunidades: descobertas tecnológicas, acontecimentos econômicos, mudanças demográficas e de estilos de vida, calamidades e desastres naturais, mudanças governamentais e descobertas de recursos. A oportunidade, portanto, é um conjunto favorável de circunstâncias para fazer algo, como a criação de um novo empreendimento.

Entende-se que o empreendedorismo social é considerado um fenômeno em que o empreendedor social é visto como responsável na busca por soluções para os mais diversos problemas sociais, apresentando-se como um agente ativo e transformador dos valores da sociedade. Sob o ponto de vista dos valores econômicos e sociais coexistem iniciativas que se caracterizam como empreendimentos solidários e negócios sociais. Assim, entende-se que alguns tipos de cooperativas podem ser considerados uma vertente do empreendedorismo social, que podem ser caracterizadas como uma intervenção social por meio da implantação de formas alternativas de produção econômica relacionada à participação social e democrática. Alguns tipos de cooperativas são indicadas como iniciativa do empreendedorismo social, neste caso, será abordada uma cooperativa de materiais recicláveis, da qual possibilita uma ampla visão da contextualização do empreendedorismo social.

Diante dessas considerações, para a realização deste trabalho, escolheu-se a Cooperativa CATAMAIS, a qual foi fundada no ano de 2008, na cidade de Campina Grande, Paraíba e é caracterizada como um empreendimento social. A justificativa para tal escolha deu-se pelo fato que esta Cooperativa apresenta uma missão social e vem se expandindo através de parcerias firmadas com órgãos públicos e privados. A Cooperativa faz parte do segmento de materiais recicláveis, atuando com a coleta seletiva, realizando a coleta, reciclagem e comercialização, bem como, promovendo o desenvolvimento intelectual e o bem-estar de cada cooperado e de seus familiares.

Com base na discussão até aqui realizada, define-se para este estudo o seguinte problema de pesquisa: **Quais as circunstâncias que levaram a criação da Cooperativa CATAMAIS?**

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar quais circunstâncias que levaram a criação da Cooperativa CATAMAIS como um empreendimento social, observando as oportunidades e as características dos empreendedores.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar os aspectos para criação do empreendimento social analisado.
- Compreender como as oportunidades foram percebidas e exploradas na conjuntura deste empreendimento social.
- Descrever as características dos empreendedores sociais, deste caso.

1.3 JUSTIFICATIVA

Com base no embasamento feito nos subtópicos anteriores, reconhece-se que o entendimento existente sobre o contexto de empreendimentos sociais e suas vertentes são ainda limitados. A busca de uma maior compreensão deste processo levou a um claro crescimento dos estudos nesta área ao longo das últimas décadas.

A realização deste trabalho se baseia na contribuição tanto na literatura nacional como internacional, buscando-se, dessa forma, contribuir para a melhor compreensão do tema, e levar aos futuros empreendedores uma forma mais fácil de identificar as possíveis oportunidades para criação de um empreendimento social.

No intuito de discutir estas questões, este trabalho busca apresentar a percepção da oportunidade dentro do empreendedorismo social, pois se entende que esta é o suporte de qualquer ação empreendedora. A respeito deste assunto, alguns estudiosos discutem a concepção das oportunidades no contexto do empreendedorismo social, questionando-se se estas são encontradas ou criadas. A importância de pesquisar este tema é reforçada por estudos que fornecem evidências empíricas e corroboram que o reconhecimento da oportunidade é um tema chave no empreendedorismo social. Conhecer as competências e as características desses empreendedores é fundamental para entender o processo de criação deste empreendimento. Para que o empreendedor social possa criar novas possibilidades de negócios que gerem alto impacto social é preciso estar preparado para lidar com situações adversas do mercado e com os inúmeros problemas sociais, daí a importância de entender

melhor os aspectos ligados ao empreendedor. Para dar conta dessa temática, além do levantamento bibliográfico empreendido para o referencial teórico, um estudo de caso e uma pesquisa documental foram conduzidos junto a um empreendimento social.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

Este trabalho está dividido em 5 (cinco) capítulos, quais sejam: Introdução, Fundamentação Teórica, Aspectos Metodológicos, Apresentação dos Resultados e Considerações Finais. Finalizando o trabalho, têm-se as Referências que deram suporte à sua execução e concretização e o apêndice.

O primeiro capítulo abrange a Introdução, que de maneira sucinta apresenta ao leitor o tema abordado, contextualizando-o e justificando-o, além de abordar os objetivos pretendidos com a pesquisa.

O segundo capítulo apresenta a teoria abordada para fundamentar a escolha do tema, a saber: empreendedorismo, empreendedorismo social e suas vertentes, economia solidaria, autogestão e o cooperativismo.

O terceiro capítulo trata dos Aspectos Metodológicos, abordando a caracterização e tipologia da pesquisa, identificando e caracterizando a unidade de análise, relatando a elaboração do instrumento de pesquisa e o plano de coleta de dados bem como o tratamento e análise dos dados.

O quarto capítulo, trata da apresentação e análise dos resultados, da aplicação das técnicas de pesquisa e as conclusões do estudo de caso.

Por fim, o quinto capítulo compreende as considerações finais, seguido das referências e apêndice.

CAPÍTULO 2:
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta o referencial teórico, onde são mostrados alguns conceitos que servirão para orientação do trabalho. Este capítulo terá início com a contextualização e evolução histórica do empreendedorismo, apresentando a seguir as características e os tipos de empreendedorismo, seguindo para o empreendedorismo social e seus desdobramentos.

2.1 EMPREENDEDORISMO – CONTEXTUALIZAÇÃO E EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Mesmo que para muitos o campo de pesquisa em empreendedorismo seja relativamente novo, os pensamentos pioneiros sobre o tema não são. De acordo com Landström (2012) o conceito de empreendedorismo começou a ser discutido a partir da evolução dos mercados econômicos, onde os cientistas se interessaram pelo fenômeno. Essa discussão sobre o conceito ocorreu após um grande período de estagnação aplicado pelo sistema feudal na economia europeia, onde o direito de propriedade era restrito e os produtos altamente taxados. Foi durante a Idade Média que lentamente essas condições se modificavam e o sistema de empreendedorismo começava a evoluir com base nas classes dos comerciantes e na ascensão das cidades. Neste período o termo empreendedor “foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 28).

Nesta linha histórica, Landström (2009) descreve os principais autores que preconizaram as primeiras concepções sobre empreendedorismo, entre eles, uma figura importante foi Richard Cantillon, pois suas contribuições descrevem que os empreendedores estavam envolvidos em trocas de mercadorias direcionadas ao lucro e decisões empresariais, tomadas em face de incertezas. Uma das características de análise para Cantillon foi à ênfase sobre o “risco e as incertezas” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

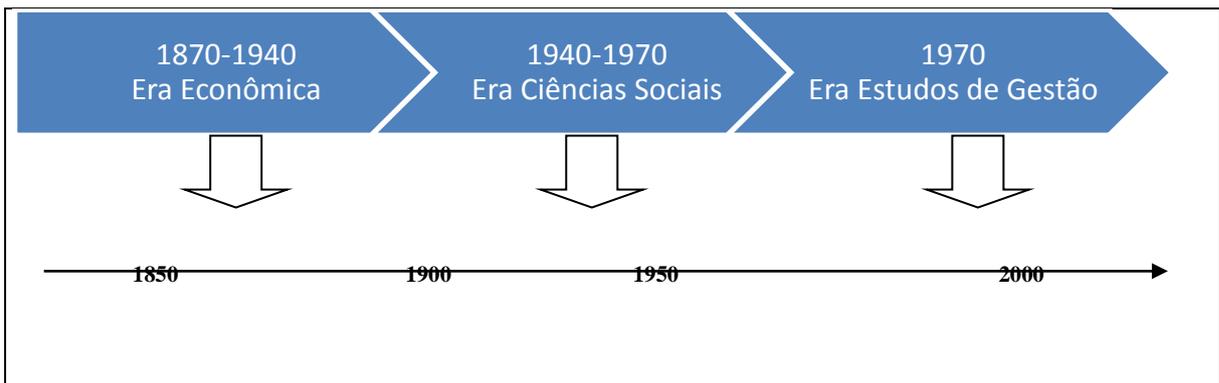
Na entrada para o século XIX, Jean Baptiste Say trouxe o conceito de empreendedorismo para a teoria econômica, por referir que o empreendedor cria valor ao redirecionar os recursos econômicos ofertados a áreas de baixa produtividade para áreas de maior produtividade DEES (2001 *apud* PARENTE et al, 2011).

Já nos anos 50 do século XX, Schumpeter (1996) associa o empreendedor a um agente de mudança na economia e nele identificou a força para liderar o progresso econômico e a capacidade para identificar uma oportunidade. O mesmo autor conceitua então, o empreendedor como alguém que revoluciona os padrões de produção através da exploração

de oportunidades criadas por uma invenção, por uma nova possibilidade tecnológica, pela criação de novos produtos e bens ou ainda pela introdução de novos métodos de produção. O seu sucesso desperta uma série de reações em cadeia, pelo encorajamento de outros empreendedores a seguirem o seu exemplo e a disseminarem a inovação. Afirma também, que produzir coisas novas ou as mesmas com métodos diferentes, significa combinar de maneira distinta esses materiais e forças, havendo com isso uma mudança e um possível crescimento. De acordo com Parente et al (2011) ambos autores mencionados consideravam os empreendedores pessoas que corriam riscos, porque investiam o seu próprio dinheiro.

Desta forma, o empreendedorismo foi evoluindo frente às ideias que dominavam a época, o que proporcionou uma conjuntura de Três Eras distintas do Pensamento Empreendedor (VERGA; SILVA, 2014).

Figura 01: Eras do Pensamento Empreendedor.



Fonte: (VERGA; SILVA, 2014).

Conforme exposto na figura 1, é possível verificar a evolução cronológica do processo apresentado por Landström e Benner (2010 *apud* VERGA; SILVA, 2014).

Na Era Econômica (1870-1940), o interesse pelo empreendedorismo por parte dos economistas vem desde a abordagem de Cantillon e o “risco”. Seguida pela tradição Knightian representada por Frank Knight com foco nas “incertezas”. Ainda, a Shumpeteriana – provavelmente a mais conhecida na figura de Joseph Schumpeter que constrói uma nova teoria econômica baseada na “mudança e inovação”. Por fim a escola Austríaca, destacando que para uma melhor compreensão do empreendedorismo é preciso o esclarecimento da ligação entre o empresário e a empresa (CASSIS, MINOGLU, 2005; DAVIDSSON, 2004; HISRIC, PETERS, SHEPHERD, 2009; JULIEN, 2010 *apud* VERGA, SILVA 2014).

Na Era das Ciências Sociais (1940-1970) a ênfase do empreendedor no processo de mudança econômica torna-se o objeto de estudo por parte dos sociólogos. Figuras como Max

Weber é citado por suas contribuições. Já os psicólogos têm o foco nas ciências comportamentais e antropológicas, relacionando o empreendedorismo como um comportamento desviante, ligado à cultura. Cassis, Minoglou (2005 *apud* VERGA; SILVA, 2014) e também as discussões de pressuposto filosófico quanto a questões: ontológicas, epistemológicas, além do foco sobre a natureza humana e da sociedade, que proporcionaram ganhos ao estudo do empreendedorismo, segundo Pittaway (2005 *apud* VERGA; SILVA, 2014).

A Era dos Estudos de Gestão (1970), foi e está sendo marcada por mudanças políticas, econômicas e tecnológicas. Landström e Benner (2010) destacam que muitos estudiosos de diferentes áreas se interessam pelo tema empreendedorismo, com isso o tema cresceu consideravelmente, porém esse aumento de pesquisa não significa um consenso, apenas reforça a necessidade de pesquisas sistemáticas direcionadas a uma melhor compreensão do fenômeno (VERGA; SILVA, 2014).

Desta forma, muitos autores importantes contribuíram para o contexto do empreendedorismo, um dos conceitos que surgiram ao longo dos anos e que define bem é o de Hirsch e Peters (1992) *apud* Silva Junior (2016, p. 2) onde afirmam o seguinte:

Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Outro conceito é o de Menezes (2007 *apud* Pasquini et al, 2009, p.5) que define empreendedorismo como “aprendizado pessoal, que impulsionado pela motivação, criatividade e iniciativa, busca a descoberta vocacional, a percepção de oportunidades e a construção de um projeto de vida ideal”.

Nessa mesma linha de pensamento Chiavenato (2004) diz que o espírito empreendedor é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros façam. O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

Drucker (1998) não vê os empreendedores como causadores de mudanças e sim, como, empreendedores que exploram as oportunidades criadas pelas mudanças.

Dornelas (2005, p.39) diz que o empreendedor é “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. Esse

mesmo autor destaca aspectos que estão presentes em algumas definições de empreendedorismo: (i) iniciativa para criar um novo negócio e paixão pela que faz; (ii) utilização dos recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; e (iii) capacidade para assumir riscos e a possibilidade de fracassar.

Dolabela (2010, p. 25) afirma que “o empreendedor é aquele que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Parente et al (2011) comenta que o empreendedorismo concretiza-se geralmente na criação ou na recriação de um negócio que acrescenta valor para o empreendedor ou para a sociedade, apostando na inovação para tirar partido das oportunidades existentes ao mobilizar recursos para atingir fins econômicos, afirma ainda que os empreendedores procuram e exploram as oportunidades apesar dos poucos recursos e potenciais riscos associados e, por isso, podem ser considerados agentes inovadores orientados para as oportunidades de mercado e para a criação de valor. Desta forma, faz-se necessário conhecer e entender melhor as características de um empreendedor, identificando o que é necessário para se tornar um empreendedor de sucesso.

2.1.1 Características dos empreendedores

As características dos empreendedores de sucesso, segundo Dornelas (2008 *apud* Baggio, A.; Baggio, D., 2014) são: visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados; são organizados; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade. O quadro abaixo representa um breve resumo das características frequentemente encontradas nos empreendedores, segundo vários autores.

Quadro 01: Resumo das características dos empreendedores

Sexton & Bowman (1984)	Energético, dominante, menos estimulante, socialmente habilidoso, interesses variados, menos responsável, autônomo, elevada autoestima, baixa conformidade, baixo associativismo, menos participativo, menos amparador, baixa tolerância.
Hornaday & Aboud (1971)	Menor necessidade de apoio social. Maior necessidade de independência.
Welsh & White (1983)	Sentimento de urgência, baixa necessidade de status, autoconfiante, conscientização e atenção abrangentes, objetivo.
Miller (1963)	Ambicioso, robusto, vitalidade controlada, corajoso, otimista, inteligente, articulado e íntegro.

Fonte: Barreto (1998, p.191).

Como se pode observar no quadro, algumas características são observadas pelos autores como atributos importantes para um empreendedor ser bem sucedido.

De acordo com Dornelas (2014), o procedimento empreendedor envolve todos os cargos, atividades e atos associados à criação de um novo negócio. Ele destaca que empreendedorismo abrange o processo de criar algo novo, de valor, depois que demanda dedicação, o empenho de tempo e força necessária para fazer o empreendimento crescer, e assumir riscos calculados, é necessário ter ousadia e ânimo, apesar das falhas e desacertos. Neste sentido, afirma ainda que as características de um empreendedor podem variar de acordo com o tipo de empreendimento que estará atuando, desta forma, ao analisar tais características deve-se levar em consideração o tipo do empreendimento.

2.1.2 Tipos de empreendedorismo

Não existe unanimidade entre os autores quanto aos tipos de empreendedorismo. Consideram-se algumas abordagens sobre o assunto. Leite e Oliveira (2007 *apud* BAGGIO, A.; BAGGIO, D., 2014) classificam em dois tipos de Empreendedorismo: o Empreendedorismo por Necessidade e o Empreendedorismo por Oportunidade.

Pessoa (2005 *apud* BAGGIO, A.; BAGGIO, D., 2014) define em três os principais tipos de empreendedorismo. O empreendedorismo corporativo, o empreendedorismo *start-up* e o empreendedorismo social.

Segundo Baggio, A.; Baggio, D., (2014), o empreendedorismo corporativo pode ser definido como um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente.

O empreendedorismo *start-up* tem como objetivo dar origem a um novo negócio. Ele analisa o cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento. Os seus desafios são claros: suprir uma demanda existente que não vem sendo dada devida atenção; buscar e apresentar diferenciais competitivos em um mercado já existente; vencer a concorrência; conquistar clientes; e alcançar a lucratividade e a produtividade necessárias à manutenção do empreendimento (BAGGIO, A.; BAGGIO, D., 2014).

O processo de empreendedorismo social exige principalmente o redesenho de relações entre comunidade, governo e setor privado, com base no modelo de parcerias. O resultado final desejado é a promoção da qualidade de vida social, cultural, econômica e ambiental sob ótica da sustentabilidade (BAGGIO, A.; BAGGIO, D., 2014).

Conforme apresentado, é entendido que o empreendedorismo, conceito já instituído na sua vertente clássica e moderna, contribui para a consolidação do conceito de empreendedorismo social.

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Nos últimos anos surge um novo paradigma, caracterizado como empreendedorismo social, para o qual o objetivo passa a ser o social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado a sua estratégia-base (BARROS et al, 2014).

Dees (2007) comenta que o conceito de empreendedorismo social surgiu nos anos 1980, com Bill Drayton e a constituição da ASHOKA¹ para financiar inovadores sociais ao redor do mundo, e Edward Skloot, com a criação de uma consultoria para ajudar organizações sem fins lucrativos a explorar novas fontes de renda. De acordo a associação Ashoka (2011), os empreendedores sociais são indivíduos com capacidade de criar soluções inovadoras almejadas pela sociedade para os mais prementes problemas sociais. Tem como características a ambição, a persistência, são capazes de abordar grandes questões sociais e tem capacidade de oferecer novas ideias para a mudança em larga escala (ASHOKA, 2011).

Já de acordo com os autores Sassmannshausen e Volkmann (2013 *apud* BOSE, 2012) não se sabe exatamente quando o termo “empreendedorismo social” foi utilizado pela primeira vez, porém, desconfia-se que foi William N. Parker que o utilizou pela primeira vez em uma publicação acadêmica no ano de 1954, em um artigo publicado pelo *The Journal of Economic History*. Dessa forma, sobretudo por volta da década de 1990, as definições acerca do comportamento empreendedor ou da função empreendedora passam a ser transpostas da esfera das atividades econômicas e empresariais para a esfera das atividades sociais (PARENTE et al, 2011).

Segundo Dees (2001), que é apontado como o pai da educação para empreendedorismo social, o empreendedorismo social surgiu em decorrência de falhas governamentais e filantrópicas e devido à ineficiência das organizações sociais em solucionar os problemas sociais, o que determinou que os empreendedores sociais fossem necessários

¹ Criada em 1980 pelo norte-americano Bill Drayton, a Ashoka é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no campo da inovação social, trabalho e apoio aos empreendedores sociais. Está presente em mais de 60 países, dentre eles o Brasil, desde 1986. Disponível em: [HTTP://www.ashoka.org.br/sobre-a-ashoka/quem-somos/](http://www.ashoka.org.br/sobre-a-ashoka/quem-somos/) Acesso em 03/08/16.

para desenvolver novos modelos organizacionais para um novo século. Para Oliveira (2004, p.10), “o empreendedorismo social é novo em sua atual configuração, mas na sua essência já existe há muito tempo”. Esse mesmo autor destaca personalidades como Luther King e Gandhi, entre outros, como empreendedores sociais, em decorrência de sua elevada capacidade de liderança e de inovação para promover mudanças sociais em larga escala.

Oliveira (2003 *apud* BOSE, 2012) destaca ainda que o empreendedorismo social surge como uma dentre várias propostas de enfrentamento a pobreza e expressões da questão social face ao contexto da sociedade globalizada. Insere-se, portanto, em uma realidade paradoxal e complexa.

Bornstein e Davis (2010 *apud* SEBA; CASAGRANDA, 2016) também comentam que os empreendedores sociais sempre existiram, mas antes eram chamados de visionários, humanitários, filantropos, reformistas, santos ou meramente de grandes líderes. A atenção foi dada apenas a sua coragem, compaixão e visão, mas raramente a atenção era dada aos aspectos práticos de suas realizações.

Cardoso (2014 *apud* BOSE, 2012) cita que o empreendedor social ao invés de procurar oportunidades de negócio, ele busca problemas na sociedade e propõe resolvê-las por meio de uma empresa lucrativa. Os empreendedores sociais começam e lideram mudanças na sociedade.

Farfus; Rocha, (2007, p. 122) afirmam que o “empreendedorismo social é uma espécie de gênero do empreendedor de negócios”. Almeida (2006) utiliza o termo empresário social e reitera, a partir de Schumpeter (1912), que o empreendedor também é movido pela emoção e paixão. Ao diferenciar os empreendedores de negócios dos empreendedores sociais constatam que:

O empreendedor social terá sua ação focada na inovação que envolve o social em sua dimensão, assim a compreensão do que vem a ser esta inovação social é ponto de partida para o estabelecimento das suas metas (FARFUS; ROCHA, 2007, p. 124).

Di Domenico, Haugh e Tracey (2010) acreditam que o surgimento do empreendedorismo social se deve a mudança de percepção sobre função dos mercados e a falta de capacidade ou negligência por parte dos governos dos países em atender as necessidades das classes sociais menos favorecidas. Portanto em razão da existência dessa lacuna, começaram a surgir pessoas ou grupos com objetivos de cunho social interessadas na criação de ações voltadas para a diminuição das assimetrias sociais, afirma Parente *et al* (2011). Afirma ainda que o fenômeno do empreendedorismo social surge em meio à falha das

instituições governamentais e aos desafios sociais, econômicos e ambientais que assombram as sociedades contemporâneas (PARENTE et al, 2011).

Segundo Oliveira (2004), ao analisar as organizações e suas propostas, pode-se destacar algumas delas que têm influenciado a disseminação do conceito e da prática do empreendedorismo social: *School Social Entrepreneurship - SSE*, UK - Reino Unido, *Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE*, Canadá; *Foud Schwab*, Suíça; e *The Institute Social Entrepreneurs - ISE*, Estados Unidos. No quadro 02 foram sintetizados os principais entendimentos sobre empreendedorismo social, na visão internacional.

Quadro 02 - Conceitos sobre empreendedorismo social - visão internacional.

ORGANIZAÇÃO	ENTENDIMENTO
School Social Entrepreneurship - SSE, Uk-Reino Unido.	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'."
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá.	"Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias."
Foud Schwab, Suíça.	"São agentes de intercambiação da sociedade por meio de: proposta de criação de ideias úteis para resolver problemas sociais, combinando práticas e conhecimentos de inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de autossustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social. [...] características comuns aos empreendedores sociais: apontam ideias inovadoras e veem oportunidades onde outros não veem nada; combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos, são visionários com sentido prático, cuja motivação é a melhoria de vida das pessoas, e trabalham 24 horas do dia para conseguir seu objetivo social."
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA.	"Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade."
Ashoka, Estados Unidos.	"Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história."
Erwing Marion, Kauffman Foundation.	"Empreendimentos sem fins lucrativos são o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos."

FONTE: Oliveira (2004).

Ainda de acordo com Oliveira (2004) no que se refere aos conceitos difundidos no Brasil, pode-se verificar certa semelhança. No quadro 03 são apresentados os principais entendimentos sobre empreendedorismo social, na visão nacional.

Quadro 03- Conceitos sobre empreendedorismo social - visão nacional

AUTOR	CONCEITO
Leite (2002)	“O empreendedor social é uma das espécies do gênero dos empreendedores. [...] São empreendedores com uma missão social, que é sempre central e explícita.”
Ashoka Empreendedores Sociais e Mackisey e Cia. INC (2001)	“Os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o imprevisto.”
Melo Neto e Froes (2001)	“Quando falamos de empreendedorismo social, estamos buscando um novo paradigma. O objetivo não é mais o negócio do negócio [...] trata-se, sim, do negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia.”
Rao (2002)	“Empreendedores sociais, indivíduos que desejam colocar suas experiências organizacionais e empresariais mais para ajudar os outros do que para ganhar dinheiro.”
Rouere e Pádua (2001)	“Constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas.”

Fonte: Oliveira (2004).

De acordo com Oliveira (2004) fica nítido que tanto nacional como internacionalmente o conceito de empreendedorismo social está em construção. Apesar disso, é possível perceber que há certa similitude quanto à compreensão da origem e estreitamento do empreendedorismo social com a lógica empresarial, fator este influenciado pela crescente participação das empresas no enfrentamento dos problemas sociais. Essa relação próxima e até histórica tem diferenças significativas, que auxiliam a compreender e melhor definir o que seja empreendedorismo social na atualidade, se não de forma definitiva, bem mais próxima e específica.

Nota-se uma infinidade de definições na tentativa de delimitar o conceito de empreendedorismo social. No entanto, tal tarefa tem sido complicada, pois o mesmo conceito pode significar coisas diferentes para pessoas diferentes, abrindo caminho para mais

confusões conceituais, afirma Dees (2001). O autor também alega que muitas pessoas associam o termo a organizações não lucrativas que dão início a atividades lucrativas; outras o utilizam para descrever qualquer pessoa inserida em uma organização sem fins lucrativos, e há ainda aquelas que usam para referir-se aos empresários do setor empresarial que implantam a responsabilidade social nas suas atividades. Além disso, afirma Mair; Marti (2004) que a junção dos termos ‘empreendedorismo’ e ‘social’ levam a significados diferentes. Aliás, não existe no campo uma tentativa de sistematizar ou criar uma teoria que englobe as diversas definições, porém, o grande número de definições não impede a busca de uma conceituação menos limitada do termo ser estudado (MAIR; MARTI, 2006 *apud* BOSE, 2012).

Dees (2001), desde o início reconheceu esse dilema e recomendou que o desafio fosse evitar definir o empreendedorismo social de forma muito ampla ou abrangente, de modo a torná-lo vazio de significado.

Para Martin; Osberg (2007 *apud* MOTTA; SHIMADA, 2014) a diferença fundamental entre os campos empreendedorismo e empreendedorismo social está na questão do valor. O empreendedor atende os mercados que estão dispostos a pagar por um novo produto ou serviço, ou seja, é projetado para criar lucro financeiro. Isto é, desde o começo, o objetivo do empreendedor e investidores é a obtenção de ganho financeiro pessoal. Por outro lado, o empreendedor social não possui o desejo de criar lucro financeiro para os seus investidores, isto é, o propósito final não é criar lucro para si mesmo. Todavia, Dacin, Dacin e Tracey (2011 *apud* MOTTA; SHIMADA, 2014) declaram que possuir uma missão voltada para a criação de valor social não significa negar qualquer desinteresse para o valor econômico, mas que na verdade, o lucro financeiro é um ator coadjuvante, pois passa ter um papel fundamental para a sustentabilidade dos empreendimentos sociais e na própria criação de valor social.

Para Emerson; Twersky (1996 *apud* CERTO E MILLER 2008) os empreendedores podem produzir valor social mesmo no processo de criação de ganhos particulares, e mesmo os empreendedores sociais também podem produzir ganhos privados ou particulares no processo de criação de valor social, mas é preciso deixar claro que ambos possuem missões bem diferentes.

O segmento alvo dos empreendedores sociais são os desfavorecidos e os que não possuem meios financeiros ou influência política para alcançar um benefício por conta própria. Isto não quer dizer que empreendedores sociais evitam lucro financeiro, conforme fora mencionado por Dacin, Dacin; Tracey (2011 *apud* MOTTA; SHIMADA, 2014); o que

distingue o empreendedorismo social é a primazia do benefício social (MARTIN; OSBERG, 2007 *apud* MOTTA; SHIMADA, 2014).

A seguir, comparativos entre os principais pontos que diferem e, ao mesmo tempo, apresentam certa semelhança com o empreendedorismo social. No quadro 04 são apresentadas as diferenças entre o empreendedorismo empresarial e o empreendedorismo social.

Quadro 04-Diferenças entre empreendedorismo empresarial e empreendedorismo social

EMPREENDEDORISMO EMPRESARIAL	EMPREENDEDORISMO SOCIAL
1. É individual; 2. Produz bens e serviços; 3. Tem o foco no mercado; 4. Sua medida de desempenho é o lucro; 5. Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio.	1. É coletivo; 2. Produz bens e serviços à comunidade; 3. Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais; 4. Sua medida de desempenho é o impacto social; 5. Visa a respeitar pessoas da situação de risco social e a promovê-las.

Fonte: Oliveira (2004).

No quadro 05 são identificadas algumas diferenças entre Organizações Sociais Tradicionais e Empreendedoras.

Quadro 05 - Organizações sociais tradicionais e empreendedoras

TRADICIONAIS	EMPREENDEDORAS
1. Hierarquia; 2. Controle centralizado; 3. Foco no que é melhor para a organização; 4. Ênfase nos programas; 5. Depende de recursos; 6. Tentativa de ser todas as coisas para todas as pessoas.	1. Time/trabalho orientado; 2. Descentralização; 3. Foco no que é melhor para o cliente; 4. Ênfase no centro de competências; 5. Financeiramente autossuficiente 6. Nicho orientado

FONTE: Oliveira (2004).

No quadro 06, características do Empreendedorismo Social, Responsabilidade Social e Empreendedorismo privado.

Quadro 06 - Características do empreendedorismo social, responsabilidade social empresarial e empreendedorismo privado.

Empreendedorismo privado	Responsabilidade social empresarial	Empreendedorismo social
É individual	É individual com possíveis parcerias	É coletivo e integrado
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para si e para a comunidade	Produz bens e serviços para a comunidade local e global
Tem foco no mercado	Tem foco no mercado e atende a comunidade conforme sua missão	Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais e necessidades da comunidade
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o retorno aos envolvidos no processo <i>stakeholders</i>	Sua medida de desempenho são o impacto e a transformação social
Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negocio	Visa a agregar valor estratégico ao negócio e a atender expectativas do mercado e da percepção da sociedade/consumidores	Visa a resgatar pessoas da situação de risco social e a promovê-las, e a gerar capital social, inclusão e emancipação social

FONTE: Oliveira (2004).

Uma característica importante relacionada ao perfil de empreendedores sociais é motivação por uma missão que tem raízes na escola empreendedora e no conceito de empreendedor tradicional. Porém, diferente do empreendedor tradicional cuja missão envolve o lucro, empreendedores sociais são movidos pela busca por um bem-estar social (LEADBEATER, 1997; BESSANT; TIDD, 2009).

2.2.1 As competências e características dos empreendedores sociais

Para criar novas possibilidades de negócios que gerem resultados sociais é preciso que o empreendedor social esteja preparado para lidar com acontecimentos adversos do mercado e com os inúmeros problemas sociais. Oliveira (2004) afirma que o empreendedor social precisa ter determinadas competências, habilidades, conhecimentos e posturas. Essa análise pode ser complementada observando-se o perfil do empreendedor social (quadro 07).

Quadro 07 - Perfil do empreendedor social

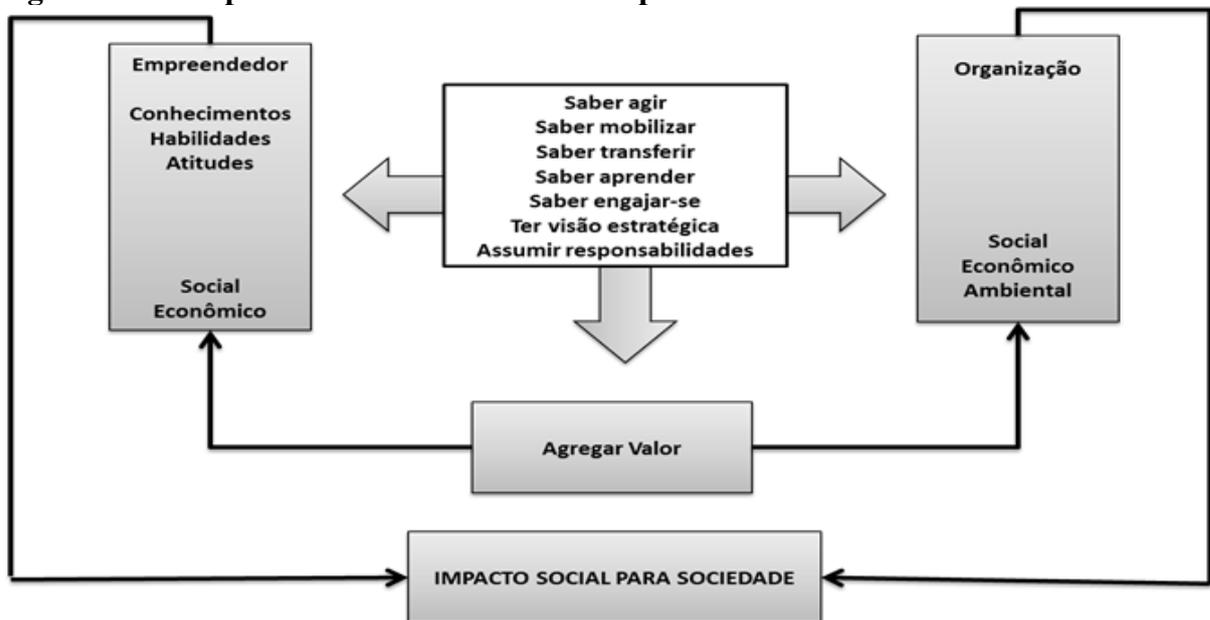
CONHECIMENTOS	HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	POSTURAS
Saber aproveitar as oportunidades;	Ter visão clara;	Ser visionário;	Ser inconformado e indignado com a injustiça e desigualdade;
Ter competência gerencial;	Ter iniciativa;	Ter senso de Responsabilidade;	Ser determinado;
Ser pragmático e responsável;	Ser equilibrado;	Ter senso de solidariedade;	Ser engajado;
	Ser participativo;	Ser sensível aos problemas sociais;	Ser comprometido e leal;
	Saber trabalhar em equipe;	Ser persistente;	Ser ético;
	Saber negociar;		Ser profissional;
	Saber pensar e agir estrategicamente;		

Saber trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais.	Ser perceptivo e atento aos detalhes; Ser ágil; Ser criativo; Ser crítico; Ser flexível; Ser focado; Ser habilidoso; Ser inovador; Ser inteligente; Ser objetivo;	Saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas; Saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos; Saber interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade; Saber improvisar; Ser líder.	Ser transparente; Ser apaixonado pelo que faz (campo social).
--	--	---	--

Fonte: Oliveira (2004).

Ou seja, os empreendedores sociais possuem características semelhantes aos empreendedores empresariais, mas com o objetivo de gerar impacto social FERREIRA (2015 *apud* PINTO et al, 2016). Para Fleury e Fleury (2000 *apud* PINTO et al, 2016) as competências devem gerar valor social para o indivíduo e econômico para sociedade. Faz-se necessário uma adaptação desse modelo, conforme a figura 02.

Figura 02 - Competências como fonte de valor para sociedade



Fonte: PINTO et al, 2016.

De acordo com Melo Neto e Froes (2002), o empreendedor social apresenta pelo menos cinco características que o diferencia dos outros tipos de empreendedores. a) coletivo e integrado; b) produz bens e serviços para a comunidade local e global; c) tem o foco na busca de soluções para problemas sociais e necessidades da comunidade; d) sua medida de

desempenho é o impacto social; e) visa a resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las, e a gerar capital social, inclusão e emancipação social. As competências podem gerar valor econômico, social e ambiental para as organizações e para os indivíduos. Ou seja, utilizando as competências individuais que possibilitem uma visão estratégica, um maior entendimento da organização, do ambiente, identificando oportunidades e alternativas, para agregar valores, para organização e para o indivíduo, além de gerar impacto social para a sociedade como objetivo principal do negócio (PINTO et al, 2016).

Segundo Dees (1998 *apud* PINTO et al, 2016) o empreendedor social precisa operar fora da lógica de doações, de viver dos subsídios do governo para poder sustentar-se, rompendo paradigmas e atuando como agente do desenvolvimento econômico e social das comunidades a que atende. Deve ser orientado para promover mudanças sociais significativas que gerem alto impacto social para a sociedade. Ou seja, o empreendedor social deve ir além das atividades inovadoras sem fins lucrativos, deve fomentar atividades lucrativas com objetivos sociais. Diante disso é preciso desenvolver competências empreendedoras. Mas quando voltadas para o campo dos negócios sociais, as competências assumem novas conotações direcionadas para geração de impacto social.

Segundo Zampier (2010) as competências necessárias ao completo desempenho do papel empreendedor mudam com o contexto de cada negócio, portanto, o empreendedor deve desenvolver mais uma competência denominada capacidade de leitura de contextos. Com o desenvolvimento dessa competência, o empreendedor passa a analisar, de forma crítica, diversas situações adequando-se a realidades diferentes, agindo com parcimônia e pensando o negócio de forma estratégica para gerar o maior impacto social possível.

No entanto, para gerar o impacto esperado, os empreendimentos sociais precisam ser financeiramente viáveis, Melo Neto e Froes (2002) ressaltam que a capacidade de sustentação dos negócios depende das competências organizativas, produtivas, de articulação, comunicação e mobilização, e chegam à conclusão que o objetivo final do empreendedor social é retirar as pessoas da situação de risco social, e, na medida do possível, desenvolvendo as capacidades e aptidões naturais, buscando propiciar-lhes plena inclusão.

Dess (1998, *apud* FELICIANO E STATTER, 2008) complementa dizendo que os empreendedores sociais, em sua função de agentes de mudança, possuem cinco objetivos principais:

- Criar um empreendimento que tenha impacto na sociedade e que seja capaz de sustentar esse mesmo impacto;

Contexto de Criação	<ul style="list-style-type: none"> - Contexto de necessidades sociais percebidas; - Existência de barreiras de entrada para o mercado social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Robinson (2006); Austin et al. (2006); Dorado (2006); Mair & Martí (2006); - Corner & Ho (2010).
----------------------------	---	---

Fonte: Leal et al (2013).

Estudiosos defendem que o reconhecimento de oportunidades é o foco de análise do fenômeno do empreendedorismo. Para Casson (1982 *apud* LEAL et al, 2013), o reconhecimento e a exploração de oportunidades são o centro do empreendedorismo. Pode-se dizer, ainda, que a noção de oportunidade está no coração do empreendedorismo - seja ele social ou comercial. As oportunidades do empreendedorismo social estão focadas em problemas sociais, pois envolvem tentativas de criar valor social, buscando solucionar questões sociais, tais como geração de renda para os economicamente desfavorecidos. É por meio deste ativismo que as oportunidades aproveitadas criam valor social, tendo como expoentes ações de comércio justo e ações de autoajuda – sendo essas últimas consideradas ações de capacitação para as pessoas, semelhantes ao sistema de micro finanças (HOCKERTS, 2006 *apud* LEAL et al, 2013).

Shaw e Carter (2007 *apud* LEAL et al, 2013) sugerem que as oportunidades no empreendedorismo social são percebidas coletivamente e que só é possível explorá-las dessa forma. É a teoria da ação coletiva: à primeira vista, pode parecer que essa teoria se resume na evidência empírica apontada por empreendedores sociais, os quais reconhecem a participação de outras pessoas, de outras organizações e de voluntários em seus empreendimentos. No entanto, uma consideração mais profunda dos padrões de ação coletiva sugere os motivos pelos quais os atores se aglutinam para criar valor social - eles se unem porque o conhecimento necessário em cada episódio de inovação não é possuído por uma única pessoa, mas está disperso em múltiplos atores.

Já Weerawardena e Mort (2006 *apud* LEAL et al, 2013) defendem que as oportunidades do empreendedorismo social são semelhantes às do empreendedorismo comercial, onde o reconhecimento de oportunidades de criar ou inovar é *insight* de um único indivíduo, tornando-se o ponto de início do processo empresarial. Por exemplo, o reconhecimento de oportunidade para um empreendedor social pode ser determinado por uma missão social ou por barreiras sociais e institucionais para a entrada em um mercado em particular. Além disso, os estudiosos especulam que o empreendedor social pode moldar as oportunidades que ele reconhece - essa ideia é consistente com os achados da literatura sobre

empreendedorismo comercial, que mostrou que o empreendedor – nessa situação – adapta as oportunidades que percebe.

Pode-se verificar também, de acordo com Singer (2002), que o empreendedorismo social está ligado diretamente com outros conceitos e que existe uma sobreposição entre os domínios do empreendedorismo e suas vertentes, concluindo que o objetivo de ambos está relacionado com o desenvolvimento, apesar de distinguirem-se quanto ao local de atuação.

2.3 CONCEITOS RELACIONADOS A EMPREENDEDORISMO SOCIAL

2.3.1 Economia Solidária

Singer (2002) afirma que a economia solidária surgiu pouco depois do capitalismo industrial, como reação ao empobrecimento dos artesãos provocado pela difusão das máquinas e da organização fabril da produção. Na perspectiva do aglomerado social e do cooperativismo revolucionário, a economia solidária surge como um novo marco das relações sócio econômicas do tecido comunitário, local e em rede. A socioeconomia solidária é uma tipologia de organização social e de desenvolvimento local que se expande em diferentes comunidades. Para Singer (2002) a economia de comunhão é “aquela que segue o caminho da cooperatividade, da eficiência sistêmica em vez de eficiência apenas individual”.

O conceito economia de solidariedade aparece pela primeira vez no Brasil em 1993 no livro *Economia de Solidariedade e Organização Popular*, organizado por Gadotti, onde o autor chileno Luis Razeto o concebe como: “uma formulação teórica de nível científico, elaborada para dar conta de conjuntos significativos de experiências econômicas que compartilham alguns traços constitutivos e essenciais de solidariedade, mutualismo, cooperação e autogestão comunitária, que definem uma racionalidade especial, diferente de outras racionalidades econômicas” (RAZETO, 1993 *apud* TEIXEIRA et al, 2010). No entanto, a expressão economia solidária abrange uma multiplicidade de práticas econômicas em campos diversos, desde iniciativas realizadas no âmbito da unidade familiar até grandes empresas, nos vários setores da economia e na esfera pública, na produção e no consumo. Essas práticas sugerem de alguma maneira o desenvolvimento de relações mutualistas, cooperativistas ou de reciprocidade, inspiradas, na expressão de Razeto, por uma “racionalidade econômica distinta”. A economia de solidária abrange:

Formas alternativas de empresas, organizações econômicas populares, modalidades cooperativas e solidárias de fazer frente aos problemas e necessidades econômicas, unidades autogestionárias, surgem e se desenvolvem, de fato, desde os setores

populares e marginais das cidades e do campo. Em geral, todas aquelas experiências de economia popular, através das quais se busca recuperar o controle sobre as próprias condições de vida, juntando esforços e recursos, desenvolvendo na prática uma racionalidade econômica distinta fundada nos valores da comunidade, a ajuda mútua e a solidariedade. É o que temos denominado 'economia de solidariedade' (RAZETO, 1986).

Singer (2002) define os elementos-chave da sócio economia:

- a) autogestão para a solidariedade;
- b) o fortalecimento das iniciativas econômicas cooperativadas e associativas;
- c) o desenvolvimento de redes de apoio mútuo, de intercâmbios diversos;
- d) a criação de formas alternativas de crédito e poupança;
- e) o desenvolvimento de capacidades técnicas e científicas por meio de pesquisas e técnicas cada vez mais adequadas à satisfação das necessidades e aspirações humanas;
- f) o desenvolvimento da capacidade de identificação dos potenciais e dos limites da natureza e o condicionamento do crescimento econômico a tais limites;
- g) a criação de novos espaços sociais através da constituição de Conselhos, Assembleias e Fóruns permanentes.

Outro aspecto da economia solidária é a articulação interinstitucional, através da constituição de parcerias a tendência que induz a formação de associações para estabelecer ligações, para viver dentro de outro organismo e para cooperar. Nas comunidades humanas, parceria significa democracia e poder pessoal, pois cada membro da comunidade desempenha um papel importante. Combinando o princípio da parceria com a dinâmica da mudança e do desenvolvimento, pode-se utilizar o tempo da coevolução, de maneira metafórica, nas comunidades humanas. À medida que uma parceria se processa, cada parceiro passa a entender melhor as necessidades dos outros. Numa parceria verdadeira, confiante, ambos os parceiros aprendem e mudam – eles coevoluem (CAPRA, 1997 *apud* TEXEIRA, 2010).

Segundo Singer (2008), a economia solidária possui duas características que se destacam. Primeiro pela igualdade de direitos, onde todos que compõem o quadro de trabalhadores são donos dos meios de produção. Segundo pela autogestão, ou seja, o processo de tomada de decisões dos empreendimentos de economia solidária é realizado democraticamente por todos os seus trabalhadores. A primeira característica se destaca ainda mais do que a segunda, pois quem trabalha é também o proprietário dos meios de produção, situação inversa da do capitalismo que sempre se caracterizou pela separação de quem trabalha e de quem possui os meios de produção.

É importante ressaltar, segundo França Filho (2002) que economia solidária e economia social remetem hoje a dois universos distintos de experiências. O termo economia social serve, inclusive, para designar, de um ponto de vista jurídico, o universo constituído por quatro tipos organizacionais fundamentais: as cooperativas, as organizações mutualistas, as fundações e algumas formas de associação de grande porte. É justamente em relação às características atuais assumidas pela economia social que vem se demarcar a noção de economia solidária, pela afirmação da dimensão política na sua ação. O que leva a definir como experiências que se apoiam sobre o desenvolvimento de atividades econômicas para a realização de objetivos sociais, concorrendo ainda para a afirmação de ideais de cidadania. Isso implica um processo de “democratização da economia a partir de engajamentos cidadãos”. A economia solidária pode ser vista assim como um movimento de renovação e de reatualização (histórica) da economia social. Com a noção de economia solidária, a questão que se coloca é aquela de um novo relacionamento entre economia e sociedade, admitir a possibilidade de outra forma de regulação da sociedade através da ideia de economia solidária, significa reconhecer outra possibilidade de sustentação das formas de vida de indivíduos em sociedade, não centrada nas esferas do Estado e do mercado.

De acordo com Lisboa (2005), é fundamental perceber que os empreendimentos de economia solidária se encontram no mercado. Não está, portanto, se referindo a um setor não mercantil e não monetário, também não está se falando de um setor não lucrativo, como o terceiro setor. O aspecto central da economia solidária não se trata da lucratividade, até porque a dimensão do lucro, ainda que seja resultado, sobras ou excedentes, está presente nas suas expressões mercantis e é fundamental. Sua presença possibilita a capacidade de um empreendimento de reinvestir em si mesmo, se renovar e expandir. De acordo com o mesmo autor, é preciso realçar que uma das originalidades da economia solidária é estar no mercado sem se submeter ao lucro máximo. E dessa forma pode-se definir uma postura solidária, quando um empreendimento econômico abre mão da possibilidade de maximizar o lucro em função de uma perspectiva social e ecológica.

2.3.2 Autogestão

Segundo Guillerm & Bourdet (1984), a autogestão é a “transformação radical” das estruturas econômica, social e política numa nova organização semelhante a “uma imensa cooperativa”, ou melhor:

O que chamamos autogestão é outra organização nacional (ou, melhor ainda, uma federação de nações de vocação mundial) que suprime o capitalismo e o estatismo

em benefício de um conjunto autogestionário de cooperativas igualmente associadas segundo um plano elaborado pela soma de necessidades e desejos (GUILLERM; BOURDET, 1984. p. 30).

Os mesmos autores, Guillerm e Bourdet (1976), fizeram a distinção do conceito de autogestão de outras palavras que para muitos tem o mesmo significado. Eles afirmam que autogestão não possui o mesmo significado de “participação”, “cogestão”, “controle operário”, ou “cooperativismo”. Apresenta-se a seguir como eles definem esses conceitos, quadro 09.

Quadro 09: Distinção de alguns conceitos.

PARTICIPAÇÃO	Significa participar de algo já existente, de uma atividade que possui estrutura e finalidade própria, ou seja, é uma participação individual em um grupo já existente.
COGESTÃO	É uma tentativa de integrar a criatividade e a iniciativa operária no processo produtivo capitalista e que permite a participação dos colaboradores apenas nos processos meios e não nos fins.
CONTROLE OPERÁRIO	Significa um passo a frente em relação à cogestão, mas não chega a ser autogestão, surge como produto de uma intervenção conflituosa que arranca concessões para os trabalhadores, embora se limitem a exercer.
COOPERATIVISMO	No interior da sociedade capitalista, as cooperativas não determinam seus fins, pois o mercado e o estado sempre interferem nas finalidades de uma cooperativa, não só nos fins, mas também nos meios.

(GUILLERM E BOURDET, 1976).

Os autores afirmam que as definições acima deixaram claro que não existe muita diferença entre elas, todas possuem características em comum. Desta forma, Guillerm e Bourdet (1976) definem a autogestão de forma que os próprios “produtores associados” dirigem sua atividade e o produto dela derivado, retirando-se, assim, o estado, a democracia representativa, as classes sociais e o mercado, já que com a autogestão abole-se a divisão social do trabalho, conseqüentemente, abole-se a divisão entre “economia”, “política”, etc.

O conteúdo do termo, autogestão, articula a crítica ao capitalismo e à organização do processo produtivo, com a crítica ao socialismo realmente existente no plano das relações sociais de produção e da monopolização do poder político pelo partido em nome da classe operária, derivando daí à autogestão como uma síntese que aspira por um “socialismo com liberdade”, Lisboa (2005).

Lisboa (2005) diz que é importante notar que mesmo as atividades autogeridas, apesar de serem democráticas, não têm garantias de escapar à lógica do capital. Gaiger (2004 p.397) esclarece que “a natureza não capitalista duma organização econômica não se mede com segurança pelo caráter coletivo do seu sistema de propriedade”.

De acordo com Gorz (1982), Karl Marx ao distinguir entre os reinos da necessidade e da liberdade, não afirma que a autogestão na economia realiza o reino da liberdade, mas que, “no domínio da produção material, a liberdade se reduz a trabalhar o mais dignamente, o mais eficazmente e, portanto, o menor número possível de horas”.

2.3.3 Cooperativismo

A cooperação está cada vez mais presente nas discussões de alternativas para acelerar o desenvolvimento econômico e social dos países como parte de soluções para diversos problemas de uma sociedade mais complexa. Nesse contexto, a cooperação entre as empresas tem se destacado como um meio capaz de torná-las mais competitivas. Fortalecer o poder de compras, compartilhar recursos, combinar competências, dividir o ônus de realizar pesquisas tecnológicas, partilhar riscos e custos para explorar novas oportunidades, oferecer produtos com qualidade superior e diversificada são estratégias cooperativas que têm sido utilizadas com mais frequência, anunciando novas possibilidades de atuação no mercado (CARDOSO, 2014).

Ainda de acordo com Cardoso (2014) o cooperativismo teve origem na organização dos trabalhadores na Inglaterra, no período da Revolução Industrial. Em 21 de dezembro de 1844, em Rochdale bairro da cidade de Manchester, 28 tecelões diante do desemprego e dos baixos salários, reuniram-se para coletivamente comprarem produtos de primeira necessidade. Assim criaram a Associação dos Probos Pioneiros de Rochdale, mais tarde transformada em cooperativa de Rochdale formada pelo aporte de capital dos trabalhadores, cuja função inicial era conseguir capital para aumentar o poder de compra coletiva. Mais tarde, o cooperativismo se alastrou pelo mundo inteiro. No Brasil, as cooperativas são reconhecidas legalmente como umas das formas de organização de empreendimentos coletivos. Pode-se afirmar que em torno de qualquer problema econômico ou social, é possível constituir uma cooperativa. Assim, pela diversidade de possibilidades de atuação, as cooperativas se apresentam como alternativa para resolução de problemas decorrentes do desemprego.

Considerando a variedade de aspectos que tal definição deve incorporar, fica difícil encontrar um conceito que expresse em uma única frase essa multiplicidade. Buscando uma aproximação que relaciona os principais elementos, podemos citar em primeiro plano a legal.

A Lei nº 5.764/71, no seu artigo 4º, assim preceitua: “As cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas à falência, constituídas para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades...”

A Organização das Cooperativas Brasileira – define cooperativa como:

Uma sociedade de, pelo menos, vinte pessoas físicas², unidas pela cooperação e ajuda mútua gerida de forma democrática e participativa, com objetivos econômicos e sociais comuns, aspectos legais e doutrinários são distintos das outras sociedades (X CONGRESSO BRASILEIRO DE COOPERATIVISMO, 1988).

Portanto segundo Cardoso (2014) a cooperativa é então, um meio para que um determinado grupo de indivíduos atinja objetivos específicos, por meio de um acordo voluntário para cooperação recíproca, o que pode chamar de finalidade. Para tanto, a cooperativa atua no mercado desenvolvendo atividades de consumo, produção, crédito, prestação de serviços e comercialização para seus cooperados. Basicamente, o que se procura ao organizar uma cooperativa é melhorar a situação econômica e social de determinado grupo de indivíduos, solucionando problemas ou satisfazendo necessidades e objetivos comuns, que excedam a capacidade de cada indivíduo satisfazer isoladamente. Desse modo, a cooperativa pode ser entendida como uma empresa que presta serviços aos seus cooperados.

No que se refere às inúmeras vertentes ligadas ao empreendedorismo social, Ferreira et al (2014) afirma que, as diferenças conceituais e de termos utilizados quanto ao empreendedorismo social são consequência das questões históricas, sociais, econômicas e culturais existentes entre regiões. Os problemas sociais atuais traçaram de certa forma, inovadoras formas de tratamento. Os empreendimentos sociais são considerados uma dessas formas, pois procuram resolver esses problemas. Ao focar o setor social, o empreendedor social irá atuar em diversas áreas e de variadas formas. Nesse sentido, estabelece relações, tanto conceitual, operacional e ideológica com outros contextos. Pode-se considerar que as diferentes visões, nomenclaturas e localizações geográficas apontam para o mesmo objetivo: atuar para solucionar problemas sociais, diferindo quanto às formas de constituição das organizações, gestão e participação do Estado, ONGs e empresas privadas. Martin e Osberg (2007 *apud* MOTTA; SHIMADA, 2014) complementam afirmando que o resultado dessa abrangência conceitual é que o empreendedorismo social tem se tornado uma ‘imensa tenda’ no qual todos os tipos de atividades consideradas socialmente benéficas são relacionados com o termo. Também alegam que essa confusão conceitual é considerada uma barreira para o diálogo interdisciplinar e para avanços para a teoria no campo. Dees (2001) afirma que já havia reconhecido esse impasse e recomendou que evitassem definir o empreendedorismo social de forma muito ampla, de modo a torná-lo vazio de significado.

² Recentemente, o artigo 6º da Lei nº 12.690/2012 permitiu a criação de cooperativas de trabalho com um mínimo de sete cooperados (sócios). O Código Civil Brasileiro não estabelece um número mínimo de associados.

Segundo Bose (2012), considerando todos os aspectos vistos do empreendedorismo social, pode-se entender que ele surge como uma abordagem inovadora para lidar com necessidades sociais complexas através de iniciativas que tenham a criação de valor social como seu principal objetivo estratégico e que orientem sua missão de modo criativo e inovador, para isso, a figura do empreendedor deve ser central. Em suas atividades, empreendedores sociais têm a necessidade de focar suas atenções para diferentes problemas sociais, que por vezes, carece deles uma aptidão na busca por novas soluções que inclui mudanças significativas no ambiente social. Desta forma, surge a questão das oportunidades onde os empreendedores devem ser capazes de identificar no ambiente ao seu redor. Dees (2001) comenta que para os empreendedores sociais a missão social é central e explícita. E obviamente, isso afeta a maneira como os empreendedores sociais percebem e avaliam as oportunidades. A criação central torna-se o impacto relativo à missão e não a riqueza. Para empreendedores sociais a riqueza é apenas um meio, para um determinado fim. Com isso, os empreendedores sociais podem e devem moldar as oportunidades por eles encontradas, deixando-as de acordo com o fulcro do empreendimento.

CAPÍTULO 3:
ASPECTOS METODOLÓGICOS

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo tem como objetivo apresentar os aspectos metodológicos utilizado no desenvolvimento deste trabalho. Assim, nesta etapa, encontra-se a definição do método da pesquisa e suas respectivas classificações; os sujeitos da pesquisa; as categorias de análise com suas respectivas variáveis para subsidiar a análise e uma breve caracterização do empreendimento analisado que serviram de base para efeito deste estudo.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Para alcançar o objetivo desta pesquisa, foi realizada uma pesquisa **qualitativa**, a qual trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 2011).

Quanto ao tipo de pesquisa, esta foi considerada como **descritiva** e realizada sob a forma de **estudo de caso** e **pesquisa documental**. Segundo Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa descritiva consiste em investigações empíricas cuja finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos, avaliações de programas, entre outros. Optou-se por esse método de pesquisa por se caracterizar frequentemente em estudos que procuram determinar status, opiniões ou as projeções futuras pelas respostas obtidas (MARCONI E LAKATOS, 2010). A sua valorização está baseada em não poder haver interferência do pesquisador, que deverá apenas descobrir a frequência com que o fenômeno acontece (RICHARDSON, 2012). O estudo de caso, de acordo com Yin (2001), é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto. E na pesquisa documental são investigados documentos com o propósito de descrever e comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características [...] permitem estudar tanto a realidade presente como o passado, com a pesquisa histórica (CERVO et al, 2007).

3.2 UNIDADE DE ANÁLISE

O ambiente desta pesquisa é a Cooperativa CATAMAIS, caracterizada como um empreendimento social, situada na cidade de Campina Grande-PB. A justificativa para

escolha desta cooperativa foi pelo tipo de empreendimento social que a mesma representa bem como a importância da mesma para o ambiente social.

3.2.1 Caracterização da Empresa

A cooperativa CATAMAIS está localizada no município de Campina Grande – PB, especializada no processo de coleta seletiva, foi fundada no ano de 2008, através de incentivos sociais. A cooperativa iniciou com um número de 23 cooperados e hoje se apresenta com um número de 10 cooperados, a cooperativa possui um prédio próprio, fruto de parcerias com órgãos públicos e privados. A CATAMAIS atualmente retira das ruas cerca de 10 toneladas de materiais por mês e tem conseguido adquirir equipamentos de uso coletivo e individual com o apoio de diversos projetos, tornando-se uma líder neste processo. A CATAMAIS tem como missão realizar a coleta, reciclagem e comercialização de materiais recicláveis, conforme objetivos expressos para a comercialização, bem como, representar sociopolítica e economicamente seus associados fora da cooperativa e, ainda promover seu desenvolvimento intelectual e o bem-estar de cada associado.

3.2.2 Sujeitos da Pesquisa

No que diz respeito aos sujeitos da pesquisa, os entrevistados foram a presidente fundadora da cooperativa, a atual diretora desta e uma das cooperadas, das quais participaram diretamente do contexto de criação e possuem grande percepção sobre o empreendimento, além da experiência e conhecimento, sendo assim, capazes de fornecer as informações com segurança e veracidade.

3.3 COLETA DE DADOS

Para que os dados fossem coletados foi feita uma apresentação inicial com a presidente fundadora da cooperativa, em agosto de 2016, objetivando explicar as razões da pesquisa, o tema trabalhado e a definição da unidade de análise.

Tendo em vista alcançar os objetivos deste trabalho optou-se como técnica de pesquisa a utilização da **entrevista**. A coleta de dados aconteceu em duas etapas, a primeira, se deu por meio de uma entrevista semiestruturada, tomando-se como base o modelo adaptado de Leal et al (2013). Foi observada a existência de poucos materiais sobre o tema, especificamente poucos instrumentos direcionados à identificação de oportunidades no contexto de

empreendedorismo social. Assim sendo, foi feita uma revisão bibliográfica sobre empreendedorismo, empreendedorismo social, oportunidades no contexto de criação de um empreendimento, propondo um modelo que objetiva identificar as características do empreendedor e do empreendimento social com relação à identificação de oportunidades e o impacto destas no desempenho organizacional. A segunda etapa se deu por meio de uma pesquisa documental, onde buscou analisar um pouco mais do contexto do empreendimento. Os documentos analisados foram sites da cooperativa, revistas, jornais e documentos relacionados aos projetos criados e atendidos por parceiros. Em agosto/2016 foi feita a entrevista com a presidente e a diretora da cooperativa. No início de setembro foi feita a entrevista com uma das cooperadas que está desde o início dos projetos.

Nesse estudo são usadas categorias como referencial de análise. Para um melhor entendimento, conceitua-se categoria como sendo um conjunto que abrange elementos ou aspectos com características comuns ou que se relacionam entre si (MINAYO, 1996). Assim, transformou-se a informação obtida junto aos entrevistados em algo interpretável. A propósito da escolha das categorias, afirma que “os estudos serão produtivos na medida em que as categorias sejam claramente formuladas e bem adaptadas ao problema e ao conteúdo a analisar”. Dessa forma, buscou-se definir indicadores que pudessem ser aplicados em empresas sociais. Foram propostas, três categorias: “Caracterização das oportunidades de um empreendimento social”. “Caracterização do empreendedor social” e “Contexto de criação de um empreendimento social”. Para cada categoria foram elaboradas variáveis baseadas na revisão teórica sobre o assunto. Desta forma, foram elaboradas oito variáveis para a categoria “Características das oportunidades”, nove variáveis para a categoria “Características do empreendedor” e cinco variáveis para a categoria “Contexto de criação”, totalizando três categorias e vinte e duas variáveis, como demonstradas a seguir no quadro 10.

Quadro 10 – Instrumento de coleta

Aspectos observados	Questões
Características das oportunidades	1.1 Qual a motivação para criação deste empreendimento?
	1.2 Por qual motivo optou pelo empreendimento social?
	1.3 Quais as oportunidades que foram identificadas e como você percebeu que trariam benefícios para você e para seu entorno?
	1.4 Foram motivos coletivos, ou de um único indivíduo?
	1.5 Em que situação econômica você se encontrava quando optou por empreender em algo social?
	1.6 E após o empreendimento social, a situação financeira melhorou?
	1.7 Até que ponto você explorou essas oportunidades para formação deste empreendimento?

	1.8 Qual a missão social do empreendimento e quais os benefícios gerados para os cooperados?
Características do empreendedor social	2.1 Quais suas características como empreendedor?
	2.2 Você tem foco na missão social?
	2.3 Como você se acha capaz de resolver os problemas sociais?
	2.4 Você tem foco na obtenção de lucro pessoal? E coletivo?
	2.5 Quais os seus principais objetivos como empreendedor social?
	2.6 Que competência você julga necessário para ser um empreendedor social?
	2.7 Você tem conhecimento específico em alguma área, ou julga necessário ter?
	2.8 Quais as suas habilidades específicas?
	2.9 Que postura você adota como empreendedor?
Contexto de criação	3.1 Como se deu a criação deste empreendimento?
	3.2 Quais as dificuldades enfrentadas na criação?
	3.3 Quais os incentivos recebidos?
	3.4 O grupo tem a mesma visão do empreendimento?
	3.5 Qual a visão e a missão deste empreendimento?

Fonte: Elaboração própria.

Diante dessas considerações, para a condução da pesquisa utilizou-se como instrumento de coleta de dados a entrevista semiestruturada, adaptada de Leal et al (2013) – ver sessão (Apêndice) – para identificar as oportunidades vistas por um empreendedor social e suas características. A entrevista foi dividida em três blocos de questões, sendo o primeiro bloco “Caracterização das oportunidades”, o segundo bloco “Caracterização do empreendedor social” e por fim o terceiro bloco “Contexto de criação do empreendimento”. A formulação das questões levou em consideração a necessidade de serem facilmente respondidas com base na percepção e experiência dos respondentes.

Como técnicas de pesquisa foram utilizadas as visitas técnicas à empresa onde se realizou a observação não participante, análise documental, bem como as entrevistas que foram gravadas e posteriormente transcritas.

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Para o tratamento dos dados, fez-se uso do cruzamento a partir das técnicas de pesquisa utilizadas como forma de ampliar os conhecimentos acerca da realidade pesquisada, compreender os dados coletados, bem como responder aos seus questionamentos e atender ao objetivo deste estudo. Com intuito de facilitar a codificação dos dados coletados e ratificar as respostas obtidas nas entrevistas, foi utilizada também a técnica de análise de conteúdo que vem mostrando como uma das técnicas de análise de dados mais utilizada no campo da Administração no Brasil, especialmente nas pesquisas qualitativas (DELLAGNELO; SILVA, 2005). Assim, buscaram-se no material coletado, informações relacionadas direta ou indiretamente com as variáveis do modelo utilizado, na qual a fala do entrevistado foi utilizada para justificar as respostas obtidas.

Desta forma, foi utilizada a análise de conteúdo, definida por Bardin (2011, p.38) como o “conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens para a análise dos dados”. Esse conjunto de técnicas abre espaço para que sejam feitas inferências lógicas quanto à problemática estabelecida. (BARDIN, 2006). Vista por essa ótica, a análise de dados é uma metodologia que aprimora a leitura destes e permite a ultrapassagem de determinadas incertezas (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). A análise de conteúdo pode ser elencada em três fases, conforme determinado por Bardin (2006). Essas etapas estão sequenciadas da seguinte maneira: a) pré-análise, que corresponde ao momento de organização do material mais relevante para a pesquisa; b) exploração do material, onde os dados brutos separados anteriormente são analisados de forma a criar categorias de análise e unidades de registro e que no presente trabalho corresponde à elaboração do quadro 10, que descreve as categorias de análise escolhidas; c) tratamento dos resultados - etapa em que há a interpretação das inferências construídas e análise dos resultados.

CAPÍTULO 4:
ANÁLISE DOS RESULTADOS

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos a partir da pesquisa realizada na cooperativa CATAMAIS, tomando como base o modelo de entrevista semiestruturado. Em seguida com a análise dos resultados foi possível identificar as circunstâncias que levam a criação de um empreendimento social. São analisadas três categorias: Características das oportunidades; Características dos empreendedores sociais e o Contexto de criação de um empreendimento social.

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA UNIDADE DE ANÁLISE

As oportunidades na Cooperativa de catadores e catadoras de materiais recicláveis de Campina Grande (CATAMAIS) surgiram no ano de 2008, quando antes mesmo de o Governo Federal estabelecer um decreto proibindo a criação de lixões e determinando que até 2014 todos os Estados e municípios brasileiros precisariam construir aterros sanitários ambientalmente sustentáveis, com isso, a Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) iniciou pesquisas e projetos experimentais de coleta seletiva em Campina Grande. A iniciativa nasceu em 2007, quando um grupo de professores do Departamento de Serviço Social passou a desenvolver um projeto de extensão com catadores de lixo da cidade. A parceria do projeto com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) durou dois anos e se chamava “Transformar para incluir”, resultando em uma mudança de vida de dezenas de catadores de lixo que participaram do projeto.

Com o advento do projeto, os catadores passaram a identificar possibilidades de melhorias no seu meio e foi através desses projetos que a catadora D. Maria de Lourdes – presidente da CATAMAIS viu a oportunidade de formar uma cooperativa, podendo assim retirar os seus colegas, catadores, dos riscos oferecidos pelos lixões. Foi através desses projetos desenvolvidos que ela viu a sua primeira oportunidade de iniciar um empreendimento que beneficiaria tanto ela como os demais. A cooperativa então foi criando forma com a ajuda e o incentivo do Departamento de Serviço Social da UEPB, com os projetos, a Universidade pôde ajudar com equipamentos, com o aluguel do galpão, máquinas e principalmente com a capacitação e formação dos catadores. Quando a cooperativa foi formada em 2008, D. Maria de Lourdes conseguiu trazer para fazer parte da cooperativa, 23 catadores, homens e mulheres. Segundo ela:

Quando eu vi que tudo isso ia dá certo, fui incentivando todos que estavam ali no lixão comigo, tentei mostrar pra eles tudo que uma cooperativa poderia nos proporcionar de melhorias, queria que todos fossem comigo, quanto mais gente, melhor seria (MARIA DE LOURDES – FUNDADORA DA COOPERATIVA, 2016).

Com o decorrer do tempo, tudo foi se encaminhando, a cooperativa participou de vários projetos com a UEPB e foi crescendo. Um dos principais projetos elaborados pela UEPB para a cooperativa CATAMAIS foi o projeto “Melhor coletar é a vida melhorar”, que advém também do departamento de Serviço Social da UEPB, com a participação de docentes, comunidade e alunos do curso. A iniciativa foi financiada pelo CNPq e começou suas ações no ano de 2010, buscando dar suporte técnico aos catadores e promovendo a melhoria das condições de trabalho deles, com a compra de equipamentos a exemplo de carrinhos elétricos e contêineres. A ação partiu especialmente da necessidade de aquisição de utilitários para melhorar as condições de trabalho dos cooperados e ainda contribuir para consolidação e ampliação da extensão universitária desenvolvida pela UEPB, em interação com ensino, pesquisa e produção de conhecimento nesta área. Além de todas essas aquisições, o projeto previu atividades de formação e mobilização dos catadores através de oficinas e sensibilização da comunidade em geral para a coleta seletiva, estimulando a separação de materiais e o depósito nos pontos de acondicionamento. O projeto visou à aquisição de equipamentos como forma de aperfeiçoar o trabalho de coleta dos trabalhadores, diminuindo a quantidade de esforço humano empreendido e aumentando os ganhos obtidos com a atividade que lhes garante o sustento, possibilitando-lhes o exercício desse trabalho de forma mais digna.

Atualmente a cooperativa conta com um número menor de cooperados, 10 (dez) no total e todos do sexo feminino, conta também, com equipamentos adequados, todo o maquinário necessário para a coleta, fardamento, equipamentos de proteção individual (EPI), carrinhos para a coleta nas ruas, caminhão da prefeitura municipal com gasolina e motorista a sua disposição e em dezembro de 2015 a cooperativa CATAMAIS inaugurou o seu galpão próprio onde começou a desenvolver as suas atividades de separação e armazenamento dos recicláveis coletados. O espaço é fruto de uma conquista da CATAMAIS, que veio a partir da articulação dos catadores da cooperativa com o apoio do Núcleo de Tecnologias Sociais da Universidade Estadual de Campina Grande (UEPB) e do CENTRAC com o Governo do Estado da Paraíba por meio da Companhia de Desenvolvimento da Paraíba (CINEP) e da Secretaria de Estado da Mulher e da Diversidade Humana (SEMDH). A entrega do galpão fez parte da programação do mês da Economia Solidária, realizada pela Secretaria Executiva de

Segurança Alimentar e Economia Solidária (SESAES). D. Maria de Lourdes recebeu das mãos do Governador do Estado o documento de posse do espaço:

Só temos a agradecer a UEPB, UFCG, as Cáritas³, ao CENTRAC. Se não fossem todas estas mãos juntas, não teríamos chegado aonde chegamos. Foram muitas reuniões, muita luta, mas hoje a gente tem onde trabalhar sem estar sendo despejado (D. MARIA DE LOURDES).

Outro projeto desenvolvido pela CATAMAIS com o incentivo da UEPB é o “Parceiros CATAMAIS”, este projeto tem como objetivo construir parcerias entre empresas de Campina Grande e esta cooperativa, buscando com isso um aumento da quantidade de materiais recicláveis coletados pela cooperativa, bem como, uma maior conscientização ambiental dos empresários e comerciantes da cidade para uma destinação adequada dos materiais recicláveis gerados nos seus empreendimentos. Este projeto foi desenvolvido pela equipe do projeto de extensão Melhor coletar é a vida melhorar. O projeto funciona com a cooperação da empresa parceira que se compromete em doar à cooperativa tudo ou parte do material reciclável que descarta da sua produção e funcionamento, essa doação pode acontecer semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente, dependendo da quantidade de materiais gerados por cada empresa parceira. O repasse desse material poderá ser efetivado de duas maneiras: a primeira é quando a empresa parceira o envia a sede da cooperativa e a segunda é quando a cooperativa se responsabiliza pelo transporte do mesmo.

Em contrapartida, a empresa parceira que aderir a esse projeto, terá sua imagem vinculada à ideia de responsabilidade ambiental, ações são implantadas com esse intuito: a empresa recebe o selo da CATAMAIS, o qual é uma forma de demonstrar para a sociedade que o parceiro investe na preservação ambiental, como também o nome e a logomarca são expostos na página eletrônica, nas redes sociais e na mídia local, com as menções dessa parceria.

A CATAMAIS existe há oito anos e funciona no momento no bairro São José em Campina Grande. E além de promover o sustento dos cooperados, tem contribuído para reduzir os danos que os resíduos sólidos causam ao meio ambiente. Atualmente a coleta seletiva é feita em onze bairros da cidade, de modo que são reciclados uma média de 240 toneladas de resíduos por ano.

³ A Cáritas é uma entidade de promoção e atuação social que trabalha na defesa dos direitos humanos, da segurança alimentar e do desenvolvimento sustentável solidário. Sua atuação é junto aos excluídos e excluídas em defesa da vida e na participação da construção solidária de uma sociedade justa, igualitária e plural. Disponível em <[Http://caritas.org.br/](http://caritas.org.br/)>. Acesso em 29/09/16.

Na entrevista feita junto a esta cooperativa, dos quais os respondentes foram D. Maria de Lourdes – Presidente da cooperativa, D. Socorro – Diretora da cooperativa e Valdinete, uma das cooperadas mais antiga. A primeira entrevistada foi à fundadora da cooperativa, D. Maria de Lourdes, que iniciou com entusiasmo falando um pouco da sua vida, informando ter 52 anos de idade e há 22 anos trabalha como catadora, Dona Lourdes como é mais conhecida, mora no bairro do Multirão em Campina Grande, é casada, mãe de uma filha e avó de dois netos. As necessidades do lar sempre foram supridas com o dinheiro recebido através da coleta e venda de materiais recicláveis, fato pelo qual muito se orgulha. A rotina de Dona Lourdes é praticamente a mesma de segunda a sexta-feira. Acordar às 5h, ir para a Cooperativa, trabalhar das 7h às 16h com a triagem, prensa, empacotamento e venda dos produtos, voltar para casa e esperar ansiosamente pelo dia seguinte.

Fico muito agoniada quando chega o final de semana e eu não saio para fazer a coleta. Minha vida é a reciclagem. Com ela eu conquistei uma vida mais digna, tenho meu ‘ganha pão’ certinho, sustento minha família e vou ajeitando minha casa. Depois da cooperativa passei a ser mais respeitada e ter reconhecimento como recicladora (D. MARIA DE LOURDES).

Ressalta ainda que a cooperativa é de extrema importância para manutenção das famílias que dependem dela para viverem. “É com esse trabalho que sustentamos nossas famílias e levamos uma vida mais honesta”.

A segunda entrevistada D. Socorro nos contou que conheceu D. Lourdes no lixão aqui de Campina Grande e quando ela surgiu com essa proposta de se juntarem para formar uma cooperativa com incentivos da Universidade, ela afirma que aceitou prontamente a proposta e abraçou a iniciativa juntamente com D. Lourdes e começaram juntas a sonhar com tudo isso que elas têm hoje, correram atrás de apoio e conseguiram chegar até aqui. D. Socorro, conta que passou por um período complicado em 2011 e optou por sair da cooperativa, voltando a ser catadora individual, mas fala que se deu conta que sozinha não conquistaria nada do que poderia obter se estivesse junto à cooperativa e resolveu voltar ocupando o atual cargo de diretora.

A terceira entrevistada é Valdinete, uma das cooperadas que está desde o início do projeto, com 30 anos de idade e quase 10 anos como catadora, solteira, mãe de quatro filhos e vizinha de D. Lourdes, ela fala sobre a importância da reciclagem e o reconhecimento como fonte de renda, ela comenta que o dinheiro que recebe como recicladora é fundamental para a sobrevivência da sua família, ela destaca que o valor não é alto, mas está dando para sobreviver com seus filhos.

A luta dessas mulheres é constante, diariamente elas enfrentam desafios em busca de integridade e melhores condições de vida. Elas comentam que o trabalho é pesado, intenso e que a remuneração ainda é muito baixa. E destaca esse último fator como a maior dificuldade do trabalho, no entanto a vontade de superar esses obstáculos é que as motivam a seguirem em frente e batalharem por dias melhores.

4.2 CARACTERÍSTICAS DAS OPORTUNIDADES

Nesta primeira categoria analisada, foram trabalhadas oito variáveis. Quando questionadas sobre a variável **1.1 Qual a motivação para criação deste empreendimento?** É identificada uma afinidade entre as respostas das entrevistadas, no qual, concordam que as maiores motivações para criação do empreendimento diz respeito a uma melhor qualidade de vida, de ter um trabalho reconhecido pela sociedade, um ambiente de trabalho digno e de poder proporcionar melhorias nas famílias participantes da cooperativa. Valdinete diz, “uma das grandes motivações para a realização desse sonho foi saber que todos ali poderiam ter uma melhoria de vida e uma renda certa para o sustento das famílias”. Com relação a variável; **1.2 Por qual motivo optou pelo empreendimento social?** Houve certa dificuldade na resposta, por identificarem que não existia a possibilidade de optarem pela escolha do tipo de empreendimento, D. Socorro afirma, “foi à oportunidade que bateu na nossa porta e recebemos de braços abertos, nunca tivemos chances no mercado de trabalho e se houvesse hoje a possibilidade de optar, seria pelo social”.

Comentam sobre a falta de oportunidades nos setores comerciais para pessoas sem experiência e sem ter concluído os estudos, afirmam que por conta disso não tiveram oportunidades no mercado de trabalho. D. Maria de Lourdes diz:

Não posso lhe descrever um motivo certo para ter escolhido a questão social, mas foi acontecendo, sempre gostei de trabalhar em grupo e de ajudar outras pessoas, mesmo não tendo boas condições financeiras e foi através desse projeto social que encontrei a oportunidade de ajudar outras famílias, ajudar o meio ambiente e ainda ajudar minha própria família.

No empreendedorismo social a percepção de oportunidades não é de fácil compreensão, pois foge do tradicional que tem por objetivo final a obtenção de lucro. Mesmo sendo capaz de gerar resultados financeiros, o empreendedorismo social liga-se conceitualmente à missão social geradora de mudanças. Neste sentido, é nítido que a cooperativa analisada percebeu em primeiro plano a oportunidade de melhoria na qualidade

de vida dos catadores, bem como, um ambiente de trabalho livre da precariedade oferecida pelos lixões e em segundo plano a obtenção de uma melhor renda para os cooperados.

Sobre a variável **1.3 Quais as oportunidades que foram identificadas e como você percebeu que trariam benefícios para você e para seu entorno?** As entrevistadas identificaram como oportunidades os incentivos dos projetos da UEPB do qual possibilitaram a mudança no contexto de vida dos catadores e a formação e capacitação dos mesmos. Comentaram ainda que perceberam a oportunidade de serem os pioneiros no que diz respeito à coleta seletiva, na cidade de Campina Grande, tendo assim grandes chances de obterem sucesso. D. Maria de Lourdes comenta:

Quando surgiram às oportunidades e os incentivos dos projetos da UEPB, uma das primeiras coisas que pensei e que me fez ter forças para correr atrás desse sonho, foi saber que teríamos um lugar para trabalhar dignamente, saber que seria reconhecida como pessoa e também a questão financeira certamente iria melhorar para todos e além de tudo isso, estaria fazendo um trabalho social e ambiental, sempre tive em mente desde o início que iria melhorar a vida dos catadores e ainda iria tá ajudando o meio ambiente e consequentemente toda à população se beneficiaria.

D. Socorro completa dizendo, “tudo isso foi visto como uma oportunidade de trabalhar em uma empresa como outra, ou seja, a oportunidade de entrar no mercado de trabalho e ainda de uma forma que traria benefícios também para a sociedade”. Foi identificada ainda a oportunidade de mudar a situação de vida daqueles catadores que se encontravam no lixão, dando-lhes uma vida mais digna e saudável.

Neste sentido, Leal et al (2013) comenta que, os empreendimentos sociais são uma resposta de empreendedores que percebem oportunidades de negócio associadas às necessidades de uma comunidade ou população.

Com relação a variável **1.4 Foram motivos coletivos, ou de um único indivíduo?** A primeira entrevistada D. Maria de Lourdes define os motivos como sendo a princípio individuais, pois ela diz que teve a iniciativa de iniciar o empreendimento logo após os incentivos da UEPB, ela afirma ainda que nos lixões a maioria dos catadores só pensava em si mesmo, só depois da formação da cooperativa foi que muitos começaram a ver o lado da solidariedade, ela diz, “considero individual, na parte inicial da cooperativa, pois eu não deixei escapar as oportunidades que apareceram, embora, no andamento de fato do empreendimento, já tinha um grupo bem envolvido” e, completa “aqui as coisas só funcionam em grupo, porque tudo em grupo é mais fácil de lutar para conseguir as coisas”. D. Maria de Lourdes diz ainda que um empreendimento como uma cooperativa não tem como funcionar no individual e afirma que tudo que diz respeito ao social só funciona no coletivo, apesar de

considerar os motivos para formação do empreendimento individual. As demais entrevistas não tiveram dúvidas em responder que consideram motivos coletivos para a criação de um empreendimento como a cooperativa e acreditam que no contexto social não existe nada individual.

Com relação ao exposto, Shaw e Carter (2007) sugerem que as oportunidades no empreendedorismo social são percebidas coletivamente e que só é possível explorá-las dessa forma. Já Weerawardena e Mort (2006) defendem que as oportunidades do empreendedorismo social são semelhantes às do empreendedorismo comercial, onde o reconhecimento de oportunidades de criar ou inovar é *insight* de um único indivíduo, tornando-se o ponto de início do processo empresarial.

Na variável **1.5 Em que situação econômica você se encontrava quando optou por empreender em algo social?** A resposta é bem clara e semelhante entre elas, onde comentam que a questão financeira sempre foi uma dificuldade, pois há muito tempo já sobrevivem como catadoras e por ser um trabalho não reconhecido, tanto pelos Governos como pela sociedade, dificulta muito o seu trabalho e conseqüentemente o seus ganhos financeiros. D. Maria de Lourdes comenta:

As condições financeiras de um catador de lixo não são nada boas, a situação financeira nunca foi fácil pra mim, mas sempre consegui sobreviver dessa forma, mas no momento que surgiu às oportunidades para a criação da cooperativa eu me encontrava em uma das piores fases financeira, pois não tava conseguindo coletar o mesmo material que antes, devido está passando por um momento difícil na minha vida, que foi a perda de um filho.

D. Socorro e Valdinete concordam que o momento era bem difícil financeiramente e afirmam ainda que nunca foi fácil.

Na questão **1.6 E após o empreendimento social, a situação financeira melhorou?** Todas responderam que não tem dúvidas que melhorou bastante, dizem que não deixou de ser difícil, mas que são bem visíveis as melhorias. D. Socorro complementa, “Sem dúvidas melhorou, hoje tenho meu dinheirinho certo, é pouco, mas tenho todo mês, posso fazer prestações porque sei que vou receber”.

Na variável **1.7 Até que ponto você explorou essas oportunidades para formação deste empreendimento?** Foi identificado que todas fazem uma ligação das oportunidades com os incentivos através dos projetos, informando que foi explorado ao máximo tudo que foi oferecido para a criação da cooperativa, aproveitando as doações, por exemplo, para vender mais e trazer retorno imediato para a cooperativa, D. Maria de Lourdes comenta “quando falo

cooperativa, falo da vida dos cooperados e de toda a família deles, que na maioria das vezes sobrevive da renda que vêm daqui, do nosso trabalho”.

D. Socorro diz que aproveitou tudo que surgiu, como por exemplo, os eventos de formação e capacitação proposto pela Universidade, porque sabia que aprendendo mais, iria poder dar sua maior contribuição para o bom andamento da cooperativa.

Na variável **1.8 Qual a missão social do empreendimento e quais os benefícios gerados para os cooperados?** Foi enfatizada a missão social como fator primordial o fato de poder proporcionar uma melhoria de vida para aqueles que são marginalizados pela sociedade no geral, os catadores, como também a conscientização da sociedade para a importância da coleta seletiva. E com relação aos benefícios para os cooperados, foi identificado um déficit nesse quesito, pela falta de maiores investimentos no setor.

D. Lourdes diz, “a nossa missão social é dar melhores condições de vida às mulheres que trabalham aqui e conseqüentemente suas famílias e ainda conseguir conscientizar a população da nossa cidade para os problemas ambientais causados pelo descarte incorreto”.

D. Socorro comenta, “os benefícios que temos são capacitações, eventos, viagens, realizados pelos projetos que nos apoiam, temos também às vezes, cestas básicas e outras coisas nesse nível que acontecem isoladamente”.

O reconhecimento das oportunidades tem como foco a análise do fenômeno do empreendedorismo e o reconhecimento que as oportunidades do empreendedorismo social são diferentes das oportunidades do empreendedorismo comercial. Com esses relatos sobre as características das oportunidades encontradas no contexto de criação de um empreendimento social, que no caso foi à cooperativa, pode-se verificar que as oportunidades neste contexto estão focadas em problemas sociais, pois envolvem tentativas de criar valor social, buscando solucionar questões sociais, tais como geração de renda para os economicamente desfavorecidos. É por meio deste ativismo que as oportunidades aproveitadas criam valor social, tendo como expoentes ações de comércio justo e ações de autoajuda – sendo essas últimas consideradas ações de capacitação para as pessoas.

4.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES SOCIAIS

O empreendedor social é compreendido como uma espécie do gênero empreendedor que tem como foco na missão social e que age por meio do reconhecimento e da busca de oportunidades, em um processo de contínua inovação, adaptação e aprendizado para que se

chegue ao cumprimento dessa missão. O empreendedor social precisa ter habilidades e competências na sua caracterização como empreendedor.

Desta forma a cooperativa analisada compreende características semelhantes entre as entrevistadas do qual diferem de características observadas em outros tipos de empreendedores. Nesta categoria foram analisadas nove variáveis.

Quando questionadas sobre a variável **2.1 Quais suas características como empreendedor?** As principais características apresentadas foram à força de vontade para lutar em prol da sua missão, iniciativa, visão clara dos seus objetivos, liderança e saber trabalhar em grupo. D. Socorro comenta, “saber lidar com pessoas diferentes, ter responsabilidade, porque aqui é algo sério, como qualquer outra empresa”.

Com relação a variável **2.2 Você tem foco na missão social?** De forma unanime as entrevistas dizem que a maior causa de criação da cooperativa é sem dúvidas o fato de terem o foco primordial na missão social, Valdinete comenta:

Com certeza temos foco na nossa missão social, se não pensasse na questão social, preferia trabalhar como catadora sozinha é através do social que temos melhores retornos e para conquistar algo melhor em grupo fica mais fácil, pois cada um aqui luta por melhorias para todos, quanto mais gente melhor será e mais retorno vamos ter.

Na variável **2.3 Como você se acha capaz de resolver os problemas sociais?** As cooperadas demonstram ter consciência que faz uma pequena parte diante da amplitude dos problemas sociais existentes na cidade, afirmam ter o conhecimento de quão grande são os problemas causados pelo descarte incorreto do lixo e que nesse fator tentam ao máximo reverter à situação beneficiando a sociedade, o meio ambiente e trazendo um retorno positivo para a cooperativa e todos que fazem parte dela.

A variável 2.4 questiona **Você tem foco na obtenção de lucro pessoal? E coletivo?** Todas informam sobre a necessidade do ganho individual, não deixando de lado o foco no coletivo, D. Lourdes diz que não tem como dentro da cooperativa pensar apenas no individual já que é necessário a colaboração e o esforço de todos para que todos obtenham uma melhor renda, já que todos recebem valores iguais.

Com relação a variável **2.5 Quais os seus principais objetivos como empreendedor social?** Os principais objetivos destacados, dizem respeito ao crescimento de todos que colaboram com a cooperativa, conseguir com que todos que fazem esse trabalho sejam respeitados pelo trabalho que realiza. D. Lourdes comenta:

Como empreendedor acho que seja a questão de provocar mudanças sociais, buscar soluções para os problemas da comunidade, problemas ambientais, ter uma melhor qualidade de vida, acho que ninguém aqui visa ficar rico com o nosso trabalho, mas com certeza todos lutam por uma vida melhor, dá uma vida digna a sua família e também ser aceito na sociedade, como todos devem ser.

Neste sentido a variável **2.6 Que competência você julga necessário para ser um empreendedor social?** Foi destacada a palavra solidariedade como algo que tem o dever de estar presente entre todos que realizam uma atividade social, foram também citadas à iniciativa, o saber trabalhar em grupo e a responsabilidade. D. Maria de Lourdes responde, “responsabilidade, iniciativa, ser solidário, saber correr atrás dos objetivos até alcançar e querer fazer o bem a todos”.

Na variável **2.7 Você tem conhecimento específico em alguma área, ou julga necessário ter?** Foi enfatizada a grande importância de se obter conhecimento em todas as áreas, afirmam que o conhecimento é sempre a base de tudo. Todos os cooperados da CATAMAIS tem um nível de estudo baixo, sendo eles, nenhum estudo, fundamental e médio incompleto. D. Lourdes destaca o fato de ter obtido a ajuda dos projetos da UEPB para conseguir dar início a cooperativa e afirma ainda que o conhecimento que elas têm é a experiência como catadores e a vontade de querer que dê certo.

Quando questionadas sobre a variável **2.8 Quais as suas habilidades específicas?** Foram destacadas a iniciativa, visão clara dos objetivos, liderança, trabalhar em grupo e a vontade de fazer acontecer.

Já na variável **2.9 Que postura você adota como empreendedor?** A postura destacada foi à liderança como fator chave para o sucesso de qualquer empresa, mesmo em um projeto social, onde todos pensam e colaboram no mesmo sentido, ou pelo menos deveria ser assim, é necessário ter um bom líder a frente de todos, incentivando e encaminhando todos na mesma direção, afirmam as cooperadas.

De acordo com as características de um empreendedor social podem-se destacar como principais fatores, a solidariedade, coletividade, geração de impacto e o foco na solução de problemas sociais da comunidade, de acordo com a cooperativa em questão.

4.4 CONTEXTO DE CRIAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

A terceira categoria de análise refere-se ao contexto de criação do empreendimento social, que analisa o contexto de necessidades sociais percebidas e a existência de barreiras de entrada para o mercado. As necessidades percebidas são baseadas nas percepções, na maneira

como alguém entende um problema, o julga e toma uma iniciativa – a cooperativa na pessoa da sua fundadora entendeu a pobreza, a precariedade e a zona de risco dos catadores dos lixões como uma oportunidade de ajudá-los, e a ação que adotou foi criar um empreendimento capaz de promover a melhoria das condições de vida destas e sua própria como catadora. Segundo Robinson (2006), os empreendedores sociais podem encontrar barreiras sociais e institucionais para explorar as oportunidades. É o que acontece com a cooperativa, a primeira barreira diz respeito à falta de conscientização da população com relação ao descarte do lixo, como também a falta de apoio dos Governos para melhoria e incentivo da coleta. Outro obstáculo diz respeito à morosidade de alguns cooperados na atuação das suas atividades, não tendo a mesma visão dos demais. Nesta categoria foram analisadas cinco variáveis.

Na variável **3.1 Como se deu a criação deste empreendimento?** Foi novamente destacado a ajuda dos projetos da UEPB, que deu total suporte para os primeiros passos da cooperativa, através de incentivos, como, capacitação, informações de como proceder, alguns materiais básicos para a coleta e o galpão que seria a sede da cooperativa. Ressaltam ainda a questão da transformação dos lixões em aterros sanitários, foi esse o fator chave para dar início a todo o projeto de construção e formação de uma cooperativa.

Com relação a variável **3.2 Quais as dificuldades enfrentadas na criação?** É apontado que as dificuldades existem até hoje, mas que no início foi bem difícil, pois a formação da cooperativa aconteceu de forma rápida, porém a ajuda e as conquistas demoraram um pouco há chegar, não tinham carrinhos, EPI's, máquinas, incentivos de órgãos públicos, conhecimento do trabalho pela sociedade, entre outros, afirmam que não faltava entre elas insegurança, medo de dá errado e não conseguirem avançar. D. Socorro comenta: “Foi difícil, porque a gente começou com a cara e a coragem, não sabíamos nada e o dinheiro do projeto demorou um pouco pra sair, então ficávamos muito inseguras devido às dificuldades, muitos preferiram sair do projeto”.

Já na questão **3.3 Quais os incentivos recebidos?** Citam alguns dos muitos incentivos que recebem até hoje e dos muitos que ainda lutam para conseguir, são eles, consideram o primeiro grande incentivo como sendo o da UEPB com a formação da cooperativa e ajuda com a capacitação e a criação de um plano de trabalho, através deste projeto conseguiram adquirir máquinas e equipamentos, fardamentos, carrinhos de coletas, EPI, cursos para os cooperados, viagens para conhecer novos projetos, com um tempo veio a ajuda da prefeitura com um caminhão para coleta, com motorista e gasolina, em seguida um incentivo do Governo do Estado com um galpão próprio para sede da cooperativa e alguns equipamentos

novos e informam que ainda estão em luta por uma ajuda de custo para os cooperados inscritos nas cooperativas.

Na variável **3.4 O grupo tem a mesma visão do empreendimento?** Respondem de forma clara que não, informando que muitos se envolvem com a cooperativa apenas pensando no individual e não consegue ver o empreendimento como sendo algo social, do qual será necessário trabalhar em prol de todos. D. Lourdes comenta, “Seria o ideal, mas nem todo mundo pensa da mesma forma, então acho que alguns que fazem parte desse grupo não entendem isso aqui como um projeto social e está aqui apenas para ganhar algum dinheiro”.

Com relação ao último questionamento **3.5 Qual a visão e a missão deste empreendimento?** Existe uma dificuldade na resposta com relação ao entendimento de visão e missão, dessa forma, é apontado como visão do empreendimento, querer crescer cada dia mais com mais cooperados e com maiores incentivos. E apontam como missão, ajudar a melhorar a vida dos cooperados e suas famílias, tirando-os das zonas de risco e oferecendo um futuro mais digno com uma profissão reconhecida e incentivada por todos e ainda conseguir conscientizar a população da importância da coleta seletiva e neste sentido ajudar o meio ambiente.

Desta forma o contexto de criação do empreendimento está relacionado com as oportunidades encontradas e com a relação das necessidades sociais percebidas.

CAPÍTULO 5:
CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo social surge como uma dentre várias propostas de enfrentamento a pobreza e expressões da questão social face ao contexto da sociedade globalizada. O empreendedor social aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, seja por enxergar um problema que ainda não é reconhecido pela sociedade ou por vê-lo por meio de uma perspectiva diferenciada. Por meio da sua atuação ele acelera o processo de mudanças e inspira outros atores a se engajarem em torno de uma causa comum. Desta forma, surgem os empreendimentos sociais que podem ser caracterizados por uma capacidade de encontrar equilíbrio, mas inerentemente injusto que provoca a exclusão de um segmento da humanidade, também podendo ser caracterizado pela capacidade de identificar uma oportunidade nesse equilíbrio e desenvolver uma proposição com valor social.

Neste sentido, as análises obtidas nesse trabalho contribuem para a compreensão do processo de percepção e exploração de oportunidades por um empreendedor social, bem como a concepção sobre o que é o empreendedorismo social e quais suas diferenças com o empreendedorismo comercial. Para tanto, por meio dessa pesquisa foram identificadas as oportunidades percebidas pelo empreendimento social, Cooperativa CATAMAIS e as características dessas oportunidades, bem como as características do empreendedor social e o contexto de criação do empreendimento, conforme sugerem as categorias de análise aqui abordadas.

Os resultados dessa pesquisa sugerem que a oportunidade no contexto do empreendedorismo social dever ser entendida como foco de análise desse fenômeno. A percepção de oportunidades no empreendedorismo social pode ser entendida como seu principal e mais importante aspecto, pois, muito embora a apreensão de oportunidades dentro dessa realidade seja relativamente mais simples do que no empreendedorismo comercial, a maneira como o empreendedor trabalha com as ferramentas disponíveis, dentro dos limites estabelecidos pelas barreiras – de natureza social e institucional – é de enorme complexidade e é o que realmente diferencia o empreendedorismo social dos demais tipos de empreendedorismo. É justamente a oportunidade que difere o empreendedorismo social do comercial. Em suma, as oportunidades no empreendedorismo social estão focadas em problemas sociais, tendo como objetivo solucionar questões sociais, problemas de outrem, e não apenas os problemas de quem as percebeu - como, por exemplo, a geração de renda para os economicamente desfavorecidos. Assim, os empreendimentos sociais são uma resposta de

empreendedores que percebem oportunidades de negócio associadas às necessidades de uma comunidade ou população.

É possível notar que as oportunidades no âmbito do empreendedorismo social tendem a impactar uma parte da sociedade, sendo o lucro e o retorno sobre o capital um objetivo secundário de quem se propõe a realizar o negócio. Em sentido mais exato, o empreendedorismo social inclui uma escala de impacto mensurável, que seria diretamente mudar para melhor uma porção da sociedade.

O modelo baseado em Leal et al, (2013) tornou possível discorrer sobre os resultados aqui encontrados. Desta forma, no que diz respeito às oportunidades encontradas para formação do empreendimento analisado é identificado que as oportunidades surgiram em forma geradora de mudanças sociais, atingindo um público alvo, os catadores e beneficiando toda a sociedade com a coleta. Desta forma, foi visto como a primeira oportunidade na formação do empreendimento a melhoria na qualidade de vida dos catadores, podendo proporcionar-lhes um ambiente de trabalho digno, capacitação e uma melhor formação, em segundo plano, não menos importante, a obtenção de uma melhor remuneração para os cooperados, esses resultados corroboram a ideia de Motta; Shimada (2014) onde enfatizam que o empreendimento social busca resultados em missões sociais, não deixando de lado o retorno financeiro para si mesmo e seus colaboradores. Outro resultado encontrado no empreendimento está relacionado com o fato das oportunidades serem encontradas ou percebidas coletivamente e que só é possível explorá-las dessa forma, estando de acordo com o que foi dito por Shaw e Carter (2007). A empreendedora deste caso precisou da ajuda e dos incentivos de projetos para dar início ao empreendimento.

Com relação às características dos empreendedores sociais é percebido que os empreendedores em questão focaram na transformação social e no benefício de terceiros e também é notável que os empreendedores sociais adaptaram as oportunidades reconhecidas por eles para sua realidade, o que condiz com a literatura sobre empreendedorismo comercial. Foram identificadas características e competências como, solidariedade, coletividade e foco na solução de problemas sociais, indo de encontro com a teoria apresentada.

Quanto ao contexto de criação do empreendimento, percebeu-se que foi criado no contexto de necessidades sociais percebidas, conforme defendem Robinson (2006), como também pela existência de barreiras de entrada para o mercado comercial.

No tocante a análise das categorias, fica claro que o empreendimento analisado está de acordo com a teoria apresentada. Para tanto, de maneira geral, recomenda-se que o empreendimento busque estratégias e práticas que possibilitem promover maiores inovações

voltadas para bases sociais, de modo que não parem de se desenvolver. Para isso, sugere-se que continuem mantendo relações com instituições de pesquisa e universidades que ajudem a promover o melhoramento de seus processos e outras parcerias locais, para juntos desenvolverem atividades que possam beneficiar a comunidade e os colaboradores envolvidos.

Acredita-se que este trabalho cumpriu seu objetivo, que era verificar quais as circunstâncias que levaram a criação da Cooperativa CATAMAIS. Utilizou-se esta cooperativa como objeto de estudo e foi possível perceber as circunstâncias que levaram à criação desse empreendimento. Vale ressaltar as limitações da pesquisa - o acesso aos dados sobre empreendedorismo social são relativamente restritos, por se tratar de uma nova abordagem para um conceito recente. Mesmo na própria Cooperativa, a concessão de algumas informações foi de difícil acesso, mas o que não impediu uma boa análise dos dados que se tinha em disponibilidade.

Como sugestão para estudos futuros, a diferença entre os dois tipos de empreendedorismo poderia ser mais bem avaliada, bem como a influência do histórico de vida profissional e pessoal do empreendedor social no processo de criação de um negócio social e ainda adaptar esse estudo levando em consideração diferentes empreendimentos sociais.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Vasco. **O Terceiro Setor na economia do conhecimento**. Instituto Superior Miguel Torga, Revista Interações, out./2006, v.11. pp. 53-83. Disponível em: <<http://interacoes-ismt.com/index.php/revista/article/viewFile/195/2022010>>. Acesso em 03/08/16.

ASHOKA. Empreendedores Sociais. Disponível em <<HTTP://www.ashoka.org.br/sobre-a-ashoka/quem-somos/>>. Acesso em 03/08/16.

ASHOKA-McKINSEY & COMPANY. Ashoka Empreendedores Sociais e McKinsey & Company, Inc. **Empreendimentos Sociais Sustentáveis: como elaborar planos de negócios para organizações sociais**. São Paulo: Petrópolis, 2001.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, 1(1): 25-38, 2014. IMED ACESSADO 04/08/16.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), p. 189-197, 1998.

BARROS, I. C. F. et al. **Atitude empreendedora na percepção de empreendedores individuais e sociais**. Revista de Contabilidade e Organizações 21 (2014) 36-45.

BATEMAN, T. S.; SNELL, S. A. **Management: building competitive advantage**. Richard D. Irwin, 1996.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BOSE, Monica. **Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local**/ Monica Bose. São Paulo, 2012. 182 p. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2012.

CARDOSO, U. C. **Cooperativa**/ Univaldo Coelho Cardoso. Vania Lucia Nogueira Carneiro. Edna Rabelo Quirino Rodrigues – Brasília: SEBRAE, 2014.

CÁRITAS. **Cáritas Brasileira**. Disponível em <<HTTP://caritas.org.br/>>. Acesso em 29/09/16.

CERTO, S.; MILLER, T. **Social entrepreneurship: key issues and concepts**. Business Horizons, v. 51, n. 4, p. 267–271, 2008.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

DEES, J. Gregory. **The Meaning of “Social Entrepreneurship”**. 2001. Disponível em <http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf>. Acesso em 03/08/16.

DEES, J. G. **The meaning of social entrepreneurship**. Center for the advancement of social entrepreneurship. Duke University's Fuqua School of Business. 1998. Disponível em: <http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf>. Acesso em: 03/08/16.

- DOLABELA, F. **A corda e o sonho**. Revista HSM Management, 80, p. 128-132, 2010.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1998.
- FARFUS, D.; ROCHA, M. C. S. **Inovação Social**: um conceito em construção. In: FARFUS, D.; ROCHA, M. C. S. (orgs.) Inovações Sociais. Curitiba: SESI/SENAI/UNINDUS, 2007.
- FELICIANO, J. F.; STATTER, G. **Empresariado, empreendedorismo e desenvolvimento em Angola e Moçambique**. Rio de Janeiro: Centro de estudos africanos, 2008.
- FERREIRA, N. A. DE C.; LEZANA, A. G. R.; ROMERO, A. M. **Negócio Social, Empreendedorismo Social e Empresa Social**: Termos Distintos, Mesmo Objetivo. VIII EGEPE VIII Encontro de estudos em empreendedorismo e gestão de pequenas empresas (EGEPE). Goiânia, 24 a 26 de março de 2014.
- FRANÇA FILHO, G. C. DE. **Terceiro setor, economia social, economia solidaria e economia popular**: traçando fronteiras conceituais. Bahia análise & dados salvador, v.12 n.1 p.9-19 junho 2002.
- FROES, C., & MELO, F. P. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. São Paulo: Qualitymark, 2002.
- GAIGER, L. I. **Sentidos e experiências da economia solidaria no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS. 2004.
- GORZ, A. **Adeus ao proletariado**. Rio de Janeiro: Forense – Universitária, p. 116. 1982.
- GUILLERM, Alan & BOURDET, Yvon. **Autogestão**: Mudança Radical. Rio de Janeiro, Zahar, 1976.
- GUILLERM, Alain & BOURDET, Yvon. **Autogestão**: uma mudança radical. Rio de Janeiro: Zahar, p. 30. 1984.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HISRICH, R. D; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Félix de Souza. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- LEADBEATER, C. **The rise of the social entrepreneur**. London: Demos, 1997.
- LEAL, A. L. C. A.; FREITAS, A. A. F. DE.; COELHO, E. S. **A Percepção de Oportunidades no Contexto do Empreendedorismo Social** XXXVII ENCONTRO DA ANPAD Rio de Janeiro/ RJ – 7 a 11 de setembro de 2013.

Lei n° 5.764/71 Disponível em
 <<http://www.dfcooperativo.coop.br/conteúdo.jsp?idnoticia=28&idarea=4>>. Acesso em
 15/08/16.

LISBOA, A. DE M. **Economia solidária e autogestão**: imprecisões e limites. Florianópolis - SC. UFSC. 2005.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINELLI, A. **O contexto do empreendedorismo**. In: MARTES, A. C. B. (Org.) Redes e sociologia econômica. São Carlos, SP: Edufscar, 2009.

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa Social**: Teoria, Método e Criatividade. 6ª Edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.

MOTTA, K. F.; SHIMADA, N. E. **Empreendedorismo Social e Organizações do Terceiro Setor**: Um Ensaio Teórico sobre as Convergências e Divergências e o Papel da Ação Social Neste Contexto. VIII EGEPE. Encontro de estudos em empreendedorismo e gestão de pequenas empresas (EGEPE). Goiânia, 24 a 26 de março de 2014.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA RAC 15(4):731-747. 2011.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo Social no Brasil**: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. REVISTA FAE. Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil**: Fundamentos e Estratégias. Tese (Doutorado)- Universidade Estadual Paulista – Unesp, Franca, 2004.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo Social**: Da Teoria à Prática, Do Sonho à Realidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

PARENTE, Cristina; CHAVES, R. R.; SANTOS, Monica; COSTA, Daniel. **Empreendedorismo social contributos teóricos para a sua definição**, 2011.

PINTO, I. M. B. S. et al. **Revisão sistemática da literatura de empreendedorismo social e desenvolvimento de competências**: uma análise dos últimos 10 anos. International Journal of Innovation (IJI Journal), São Paulo, v. 4, n. 1, pp. 33-45, Jan/Jun. 2016.

RAZETO, Luiz. **Economia popular de solidariedade**: identidad y proyecto en una visión integradora. Santiago/Chile: Área Pastoral Social da Conferência Episcopal de Chile, 1986.

RICHARDSON, Roberto Jerry e Colaboradores. **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**. 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 2012.

SCHUMPETER, Joseph (1996 [1905-1950]) **Essays: managers, innovation, bussiness cycles and capitalism evolution** (Ensaios: empresários, inovação, ciclos de negócio e evolução do capitalismo), Oeiras, Celta Ed.

SEBA, N. M.; CASAGRANDA, Y. G. **Empreendedorismo social**: análise da percepção dos acadêmicos de graduação de Campo Grande/MS. Revista Pensamento e Realidade v.31 n.1, 2016.

SHAW, E.; CARTER, E. Social entrepreneurship. Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. JOURNAL OF SMALL BUSINESS AND ENTERPRISE DEVELOPMENT, 14 (3), 418–434. 2007.

SILVA JUNIOR, E. N. da. **Conceitos de empreendedorismo**. Disponível em: <<http://sites.google.com/sites/conceitos>>. Acesso em 01/08/16.

SINGER, Paul. **Economia solidária**. Estudos Avançados. São Paulo, v. 22 n. 62, p.2- 19 Jan.- Apr, 2008.

SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária**/ Paul Singer – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

TEIXEIRA, R. M. et al. **Empreendedorismo social e economia solidária**: o caso da cooperativa de agentes autônomos de reciclagem de Aracajú (CARE). RPCA * Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, mai./ago. 2010.

VERGA, Everton; SILVA, L. F. S. da. **Empreendedorismo**: Evolução Histórica, definições e abordagens. VIII GEPE 2014.

WEERAWARDENA, J.; MORT, S. G. **Investigating Social Entrepreneurship**: A Multidimensional Model. JOURNAL OF WORLD BUSINESS, 41, 1, 21-35. 2006.

YIN, R. K. **Estudo de Caso, planejamento e métodos**. 2.ed. São Paulo: Bookman, 2001.

ZAMPIER, M. A. **Desenvolvimento de competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora**. 2010.

APÊNDICE

APÊNDICE**APÊNDICE– ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA**

ADAPTADO DE LEAL et al (2013).



Universidade Federal de Campina Grande

Centro de Humanidades - CH

Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade – UAAC

Curso: Administração de Empresas

Componente Curricular: Estágio Supervisionado

Aluna: Priscila P. Félix Lopes

Orientadora: Suzanne Érica Nóbrega Correia, Doutora.

Convido-o (a) a participar desta pesquisa que analisa as oportunidades no contexto de criação de um empreendimento social, bem como, busca entender o perfil deste empreendedor. A pesquisa é parte integrante do trabalho de conclusão de curso de graduação de Priscila P. Félix Lopes (pricila_kp@hotmail.com) que será submetida ao curso de Administração da Universidade Federal de Campina Grande em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharelado em Administração.

Saliento que esta é uma pesquisa acadêmica e todas as informações coletadas através do questionário serão de uso confidencial e restrito. As informações serão publicadas de maneira consolidada.

Muito obrigado por sua colaboração e tempo dedicado!

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Nome da Cooperativa:

Data da fundação:

Segmento:

Número de cooperados no período da criação:

Número de cooperados hoje:

Nome dos entrevistados:

CARACTERÍSTICAS DAS OPORTUNIDADES

- Qual a motivação para criação deste empreendimento?
- Por qual motivo optou pelo empreendimento social?
- Quais as oportunidades que foram identificadas e como você percebeu que trariam benefícios para você e para seu entorno?
- Foram motivos coletivos, ou de um único indivíduo?
- Em que situação econômica você se encontrava quando optou por empreender em algo social?
- E após o empreendimento social, a situação financeira melhorou?
- Até que ponto você explorou essas oportunidades para formação deste empreendimento?
- Qual a missão social do empreendimento e quais os benefícios gerados para os cooperados?

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

- Quais suas características como empreendedor?
- Você tem foco na missão social?
- Como você se acha capaz de resolver os problemas sociais?
- Você tem foco na obtenção de lucro pessoal? E coletivo?
- Quais os seus principais objetivos como empreendedor social?
- Que competência você julga necessário para ser um empreendedor social?
- Você tem conhecimento específico em alguma área, ou julga necessário ter?
- Quais as suas habilidades específicas?
- Que postura você adota como empreendedor?

CONTEXTO DE CRIAÇÃO

- Como se deu a criação deste empreendimento?
- Quais as dificuldades enfrentadas na criação?
- Quais os incentivos recebidos?
- O grupo tem a mesma visão do empreendimento?
- Qual a visão e a missão deste empreendimento?