

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

Luciano Rossoni

UFPR

E-mail: lrossoni@gmail.com

Erika Onozato

UFPR

E-mail: erika_onozato@yahoo.com.br

Rodrigo Rossi Horochovski

UFPR

E-mail: rorossi@uol.com.br

Simara M. de S. S. Greco

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBPQ

E-mail: simaragreco@yahoo.com.br

Joana Paula Machado

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBPQ

E-mail: joanapaula@pop.com.br

Paulo Alberto Bastos Junior

Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBPQ

E-mail: paulobastos@onda.com.br

RESUMO

Apesar da quantidade de estudos publicados sobre empreendedorismo, uma de suas modalidades, empreendedorismo social, ainda não ganhou devido destaque, apresentando pouquíssimas publicações no Brasil. Atendendo a essa demanda, o objetivo exposto no presente artigo é descobrir se a taxa de atividade do empreendedorismo social (SEA – *Social Entrepreneurship Activity*) reflete os indicadores da atividade empreendedora nacional. Foram realizadas 4.000 entrevistas em domicílios nacionais, nas quais o estabelecimento da amostra foi probabilístico, com nível de confiança de 95% e erro amostral de 1,04%, refletindo todas as regiões geográficas do país e a composição da população em termos de gênero, idade, renda e escolaridade. Na análise estatística dos dados, utilizou-se o teste χ^2 (Qui-quadrado) e o teste-T para verificar o relacionamento entre as diversas variáveis. Verificou-se que o empreendedorismo convencional repercute na atividade empreendedora social em relação aos aspectos demográficos, como gênero, grau de instrução e renda. Além disso, a atividade empreendedora social é maior entre indivíduos que são empreendedores – principalmente entre empreendedores por oportunidade – do que aqueles que não são. Portanto, a criação de empreendimentos de caráter social reflete a atividade empreendedora nacional.

Palavras-chave: SEA - taxa de atividade do empreendedorismo social, empreendedorismo, empreendedorismo social, indicadores nacionais, pesquisa em empreendedorismo.

EXPLORING THE RELATIONSHIPS OF ENTREPRENEURSHIP OF BUSINESSES WITH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL

ABSTRACT

Despite the large amount of studies published on entrepreneurship, one of its modalities, social entrepreneurship, still has not gained prominence and presents very few publications in Brazil. In regards to this necessity, the objective in this article is to explore the indicators of national entrepreneurship activity that reflect social entrepreneurship activity (SEA - Social Entrepreneurship Activity). In order to accomplish this study, 4.000 interviews were accomplished in national homes, in the which the establishment of the sample was random, the trust level was 95% and the sample error 1,04%. The sample also respected all the geographical areas of the country and the composition of the population in gender, age, goods and education terms. In the statistical analysis of the data, the test χ^2 (Chi-square) and T-test were used to verify the relationship among the several variables. It was verified that the conventional entrepreneurship reflects the social entrepreneurship activity in relation to the demographic aspects at gender, instruction degree and income. Also, the social entrepreneurship activity is larger among individuals that are entrepreneurs - mainly among entrepreneurship for opportunity – than the ones that are not. Therefore, the creation of ventures of social character reflects the national entrepreneurship activity.

Keywords: SEA - social entrepreneurship activity, entrepreneurship, social entrepreneurship, national indicators, research in entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

Apesar do tema empreendedorismo já ter conquistado espaço no meio acadêmico, uma de suas vertentes, o empreendedorismo social, ainda recebeu pouca atenção por parte dos pesquisadores, apresentando poucos estudos empíricos. Por exemplo, no caso brasileiro, as informações sobre a criação de empreendimentos com fins sociais, ou seja, sobre a atividade empreendedora social são raras e de difícil generalização.

Preenchendo essa lacuna, o objetivo exposto no presente artigo é descobrir se a taxa de atividade do empreendedorismo social (SEA – *Social Entrepreneurship Activity*) reflete os indicadores da atividade empreendedora nacional.

Nesse sentido, o trabalho apresenta uma revisão teórico-empírica do empreendedorismo de caráter social, implementando algumas hipóteses de pesquisa fundamentadas na atividade empreendedora nacional. Depois, os procedimentos metodológicos são apresentados, para maior compreensão da análise. Na discussão dos resultados, são apresentadas as tabelas e suas respectivas análises, abordando as características da atividade empreendedora social no Brasil e suas respectivas relações com o

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

empreendedorismo convencional. Por fim, algumas considerações finais são feitas acerca das limitações do estudo e sugerindo novos temas de pesquisa.

2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Dees (1998) afirma que o conceito de empreendedorismo pode ser aplicado tanto na área comercial, como na área social. Para o pesquisador, o termo empreendedorismo social pode até ser considerado novo, mas o fenômeno não. Os empreendedores sociais sempre existiram, mesmo que não fossem chamados tais. Por meio da combinação de diferentes conceitos ligados à atividade empreendedora convencional: geração de valor de Say, inovação e agentes de mudança de Schumpeter, busca da oportunidade de Drucker e utilização máxima dos valores de Stevenson, Dees (1998) define as características dos empreendedores sociais como exposto a seguir.

- **São agentes de mudança no setor social:** atacam as causas dos problemas, ao invés de tratar simplesmente dos sintomas; buscam criar mudanças e melhorias sustentáveis.
- **Adotam uma missão de gerar e manter valor social:** o impacto social é a medida principal; procuram retornos sociais de longo prazo em seus investimentos.
- **Identificam e buscam novas oportunidades:** empreendedores enxergam oportunidades onde outros vêem problemas; os empreendedores sociais não são guiados simplesmente pela percepção de uma necessidade social ou pela sua compaixão. Ao invés disso, têm visão de como alcançar melhorias; são persistentes, determinados para fazer a visão funcionar.
- **Engajam-se num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo:** procuram caminhos inovadores para garantir que os seus empreendimentos tenham acesso aos recursos pelo tempo em que estiver gerando valor social.
- **Agem arrojadamente sem se limitar pelos recursos disponíveis:** usam eficientemente os escassos recursos – fazem mais com menos – e conseguem atrair recursos de terceiros por meio de parcerias e colaborações.
- **Exibem elevado senso de transparência para com seus parceiros e público, e também pelos resultados gerados:** buscam promover melhorias reais para a comunidade e mostram os retornos – sociais e/ou econômicos – para os parceiros investidores; quando possível, avaliam o crescimento em termos de resultados sociais, financeiros e de gestão.

Dees (1998) acredita que os líderes do setor social podem expressar essas características de diferentes maneiras. Quanto mais a pessoa satisfizer essas condições, mais vai encaixar-se no modelo de empreendedor social. Os empreendedores sociais conhecem as necessidades e os valores do seu público-alvo, compreendem as expectativas das pessoas que ajudam e investem algum tipo de recurso como tempo, dinheiro ou conhecimento. Exploram todos os tipos de recursos, desde a filantropia aos métodos comerciais da economia (DEES, 1998). O pesquisador afirma que os empreendedores sociais possuem um conjunto de características comportamentais excepcionais; por isso é preciso incentivar e recompensar tais comportamentos. Contudo o autor lembra que nem todo líder de organização social pode ser considerado empreendedor. O empreendedor social é rara espécie de líder e deve ser reconhecido como tal.

Outros autores também definem o empreendedor social de forma bem próxima à de Dees (1998). Por exemplo, o empreendedor social, para a Ashoka (2001, p. 35), é “alguém que tem idéias novas, pensa e age criativamente, tem personalidade empreendedora e coloca em tudo o que pensa e faz o ideal de produzir impacto social benéfico”.

Nessa mesma linha de raciocínio, Melo Neto e Froes (2002, p. 34) conceituam o empreendedor social como “movido a idéias transformadoras e assume uma atitude de inconformismo e crítica diante das injustiças sociais existentes em sua região e no mundo”. É um tipo de empreendedor que tem o desejo de ajudar as pessoas, quer desenvolver a sociedade, criar coletividades e implementar ações que garantam o auto-sustento e a melhoria contínua do bem-estar da comunidade. Concomitante a essas idéias, Johnson (2003) acredita que esses indivíduos começam seus trabalhos com forte senso de justiça social e enxergam as atividades lucrativas como meio e não como fim para alcançar seus objetivos.

Já para Barendsen e Gardner (2004), os empreendedores sociais são persistentes e possuem a habilidade de inspirar outras pessoas a trabalharem com eles. Sentem-se responsáveis pela causa escolhida e possuem um sentimento de obrigação com os seus trabalhos e com as pessoas envolvidas. Por isso dificilmente desistem ou abandonam seus projetos, devido às suas profundas convicções. Para alguns empreendedores sociais, é muito difícil separar os objetivos pessoais dos profissionais.

Apesar da diversidade de definições do empreendedorismo social expostas na literatura, há dois pontos principais em comum entre os diversos autores.

O primeiro se refere aos elementos relacionados ao conjunto de crenças e valores que estão por trás do desejo de criar e desenvolver um empreendimento social. Como afirmam

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

Barendsen e Gardner (2004), os empreendedores sociais são diferentes em relação ao histórico pessoal e ao perfil de suas crenças. Após realizarem uma pesquisa empírica, concluíram que eventos atípicos ajudaram na formação desses indivíduos. As convicções dessas pessoas são às vezes inspiradas por traumas: abandono dos pais na infância, suicídio de familiares, acidentes. Portanto o motivo de atuarem na área social pode ter emergido de uma dor ou uma situação trágica. Muitos empreendedores sociais experimentaram algum tipo de trauma no começo de suas vidas, mas demonstraram ter a habilidade de reorganizar esses desafios em oportunidades de crescimento.

Dos empreendedores sociais que não passaram por uma experiência extremamente traumática, muitos descreveram um tipo de experiência profundamente transformadora. Essas experiências incluíam o combate à depressão, ao álcool ou ao uso de drogas; a vivência em um país estrangeiro, que gerou nova perspectiva de vida; ou a participação em trabalho desenvolvido com jovens problemáticos. Muitos empreendedores sociais se envolveram com atividades sociais desde cedo, tiveram modelos reais ou pais que eram politicamente ativos (BARENDSSEN; GARDNER, 2004).

O segundo ponto está relacionado às competências que algumas pessoas em especial possuem, sendo tais competências diretamente relacionadas às características dos empreendedores convencionais. Como Roberts e Woods (2005) afirmam, muitos dos atributos e talentos dos empreendedores sociais e dos convencionais são semelhantes. Ambos são visionários, inovadores; estão atentos às oportunidades, valorizam a construção de alianças e de redes de contato, e são apaixonados pelo o que fazem. Eles tendem a comunicar suas visões em termos morais, com desejos de justiça social. Buscam atender às necessidades sociais, enquanto os convencionais buscam atender às necessidades financeiras.

Entretanto, apesar das similaridades entre os empreendedores de negócios e empreendedores sociais, para Roper e Cheney (2005), o que distingue essas pessoas dos empreendedores “regulares” é o comprometimento social e a ausência de interesse em recompensas financeiras geradas pela atividade social. Já Barendsen e Gardner (2004) acreditam que a grande diferença é que os empreendedores convencionais criam negócios, enquanto os empreendedores sociais criam mudanças, o que reforça a afirmação de Johnson (2003), de que eles desenvolvem e implementam iniciativas que gerem resultados mensuráveis na forma de transformações sociais. Os empreendedores sociais também utilizam muitas ferramentas e conhecimentos do mundo dos negócios, porém diferenciam na motivação e no propósito (ROBERTS e WOODS, 2005).

Luciano Rossoni, Érika Onozato, Rodrigo Rossi Horochovski, Simara M. de S. S. Greco,
Joana Paula Machado & Paulo Alberto Bastos Junior

Espelhando algumas dessas diferenças entre os dois tipos de empreendedores, Melo Neto e Froes (2002) apresentam, no quadro 1, um resumo com as principais diferenças entre o empreendedorismo privado e o empreendedorismo social.

Quadro 1 - Empreendedorismo privado x Empreendedorismo social

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

Fonte: Melo Neto e Froes (2002, p. 11).

Além da discussão da figura do empreendedor social, há uma discussão proeminente do seu papel no contexto atual das organizações sociais. Alguns autores tentam levantar os motivos para a proliferação do tema no meio acadêmico e profissional. Um desses motivos é destacado por Dees (1998). Para o autor, muitas organizações do setor social são vistas como ineficientes, ineficazes e sem respostas aos problemas. Diante de tais dificuldades, o autor aponta os empreendedores sociais como necessários para o desenvolvimento de novos modelos de gestão. Corroborando essa opinião, Barendsen e Gardner (2004) dizem que um dos fatores da emergência do empreendedorismo social como reconhecido campo está ligado à insatisfação com o modo de administrar as entidades de caridade e fundações.

Já para Dennis Young (2003), o conceito “*social entrepreneur*” foi ignorado até o início dos anos de 1980 pelo setor não lucrativo. Esse conceito surgiu quando houve o desenvolvimento das atividades comerciais pelas organizações não lucrativas, devido às dificuldades financeiras, dada a diminuição do financiamento público. Nessa época, começaram a surgir discussões em torno da capacidade de gestão dos dirigentes dessas instituições; eram geralmente artistas, assistentes sociais, médicos, enfermeiras, e professores, que acabavam assumindo também as tarefas administrativas da organização.

As afirmações dos autores sobre a crescente profissionalização das organizações sociais repercutem na crescente racionalização do campo. Cada vez mais, as organizações sociais estão adotando métodos e valores de mercado, o que as leva a buscar, fora de seu contexto os meios para atingir suas finalidades sociais (EIKENBERRY; KLUVER, 2004). É bem provável que a crescente racionalização das organizações sociais esteja intimamente ligada à disputa cada vez mais acirrada por recursos. Além disso, o interesse de empresas

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

privadas em estabelecer programas de responsabilidade social, que geralmente têm alguma organização social como parceira na operacionalização de tais programas, leva tais organizações a terem de adequar sua gestão de acordo com aqueles que fornecem os recursos financeiros.

Tendo a atividade empreendedora importante papel na atividade empresarial atual, em que seus conceitos são cada vez mais utilizados pelas organizações, esta surge no contexto social cunhada pelo termo empreendedorismo social, refletindo a racionalização que o campo social vem sofrendo. Talvez pelo fato de o termo “empreendedorismo social” ser uma combinação de duas concepções que não se encaixam naturalmente e que está buscando ainda uma aceitação como senso comum, torne o termo aberto às resistências e aos desafios (ROPER; CHENEY, 2005). Esta visão é compartilhada por Johnson (2003), que sugere que a falta de entusiasmo com relação aos empreendimentos sociais no Canadá, em comparação à Inglaterra e aos Estados Unidos, reflete o desconforto com a terminologia “empreendedorismo social”. A razão para esse desconforto é que muitos canadenses rejeitam o movimento das atividades sociais em direção ao mercado e ainda consideram a prestação de serviços na área social como dever do Estado.

Existem poucos estudos empíricos que comparam o empreendedorismo convencional com empreendedorismo social no Brasil. Um desses trabalhos foi desenvolvido por Feger (2004), que estudou as diferenças de comportamento entre os empreendedores sociais e privados, além de verificar em que conjunto de características empreendedoras (realização, planejamento ou poder) está as maiores diferenças dos dois tipos. Após analisar 53 questionários de cada grupo, descobriu-se que não existe diferença significativa entre os dois tipos de empreendedores. Contudo, ao estratificar as informações sobre as características empreendedoras, constatou que os empreendedores sociais apresentavam uma pontuação menor no conjunto de realização, sugerindo que eles tendem a ser menos agressivos na aplicação de novos métodos e no esforço para realizar os seus objetivos.

Diante de tais resultados, fortalece-se o pressuposto de que a atividade empreendedora social reflete a atividade empreendedora convencional. Concomitante com tal pressuposto, serão apresentados alguns elementos da atividade empreendedora no Brasil, que servirão como base para a formulação das hipóteses de pesquisa.

3 HIPÓTESES DE PESQUISA DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA SOCIAL

Existe um esforço internacional em compreender a dinâmica empreendedora em diversos países, possibilitando tanto estabelecer relações entre empreendedorismo e características nacionais, como efetuar a comparação entre a atividade empreendedora desses países. O maior programa internacional que atua nesse sentido é o GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, coordenado pela *Babson College* e pela *London Business School*, que, por meio da aplicação de metodologias padronizadas, permite a comparação entre a atividade empreendedora dos países pesquisados. Desde o início de 1999, mais de 40 países foram envolvidos, entre eles o Brasil, representando todos os continentes e reunindo a maior parte da população e da economia global (BASTOS JR et al, 2005).

O principal indicador desenvolvido pelo GEM é a TEA – *Total Entrepreneurial Activity*, que corresponde à proporção da população envolvida na criação e no desenvolvimento de novos negócios. Para efeito de análise das características empreendedoras nacionais, os valores obtidos na TEA são contrapostos às características demográficas do país, refletindo um retrato detalhado do empreendedorismo nacional. Em 2004, a TEA Nacional foi de 13,5%. Neste mesmo ano, um novo indicador foi proposto às equipes nacionais – a taxa de atividade do empreendedorismo social (SEA) – com alguns desses resultados apresentados no presente estudo. Para tanto pressupõe-se que a atividade empreendedora social reflita alguns indicadores do empreendedorismo convencional no Brasil. Nesse sentido, algumas hipóteses de pesquisa podem ser desdobradas dos aspectos demográficos da atividade empreendedora, como será visto a seguir.

Em relação ao gênero, apesar de homens e mulheres serem vistos como iguais perante a lei, em princípio, esta igualdade não repercute no cotidiano das relações econômicas e políticas. Por exemplo, no mercado de trabalho, os homens ganham, em média, 70% a mais do que as mulheres (IBGE, 2005). No campo político, a participação das mulheres também é pequena. Como afirma Ferreira (2004), no Brasil as mulheres ocupam apenas 8% dos cargos de deputado federal e 12% de senador. No tocante a atividade empreendedora, o país registra uma das maiores proporções de mulheres empreendedoras, se comparados com os outros países pesquisados. Elas compuseram em média 45% da atividade empreendedora em 2004, contra 55% dos homens (BASTOS JR et al, 2005). Apesar da pequena diferença entre homens e mulheres, os primeiros ainda corresponderam pela maior parcela de empreendedores em

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

atividade no ano de 2004. Esperando-se que tais diferenças entre gênero reflitam o empreendedorismo de negócios, propõe-se a seguinte hipótese:

H₁: O número de empreendedores sociais varia em função do gênero, sendo maior entre os homens.

No que se refere à atividade empreendedora por distribuição de idade, existe uma diferença entre as faixas etárias. Indivíduos com idade entre 25 e 34 anos apresentam maior propensão a empreender, obtendo uma TEA de 17,1 %, bem superior a média nacional que é de 13,5%. No quadro 2, podemos ver a TEA Nacional por faixa etária:

Quadro 2 – Taxa de Empreendedorismo (TEA) por Faixa Etária

Faixa Etária (anos)	TEA Total	
	TEA (%) ¹	Proporção (%) ²
18 a 24 anos	12,6	23,0
25 a 34 anos	17,1	42,0
35 a 44 anos	14,6	23,0
45 a 54 anos	10,5	9,0
55 a 64 anos	7,1	3,0

(1) Número de empreendedores da categoria em relação a população da categoria (%)

(2) Número de empreendedores da categoria em relação ao número total de empreendedores (%)

Fonte: Pesquisa de Campo – GEM Brasil 2004 (BASTOS JR et al, 2005).

Como pode ser visto no quadro 2, existe uma diferença na atividade empreendedora em relação à faixa etária. Essa atividade chega ao pico entre os 25 e 34 anos, decrescendo nas faixas de idade superiores. Acredita-se que tanto aspectos econômicos, quanto sociais e individuais, influenciem os indivíduos de formas diferentes nos diversos momentos de suas vidas. Dessa forma, afirma-se que, a exemplo do empreendedorismo convencional:

H₂: A atividade empreendedora social varia em relação à idade da população.

Refletindo a baixa média nacional de escolaridade, o empreendedor brasileiro apresenta também baixa qualificação. Indivíduos que não completaram o ensino médio correspondem a 54% do total de empreendedores. A proporção de empreendedores com ensino médio completo é de 32%. Já empreendedores com nível superior correspondem a somente 14 % do total de empreendedores. Apesar da proporção de empreendedores em números absolutos diminuir em relação ao aumento de escolaridade, quanto maior a escolaridade, maior a taxa de atividade empreendedora – TEA. Portanto, acredita-se que:

H₃: Quanto maior o grau de instrução, maior a atividade empreendedora social.

Conforme os dados do GEM 2004, quanto maior a renda familiar, maior é a taxa de atividade empreendedora – TEA. A atividade empreendedora passa de 4,8% para empreendedores que possuem renda familiar de até três salários mínimos, para 19,4 % para famílias com renda familiar maior que 15 salários mínimos. Aparentemente, o empreendedorismo é uma atividade realizada preponderantemente por cidadãos de classe média, que buscam melhores condições de vida, tendo preocupações além de atender às necessidades básicas como moradia e alimentação. É provável que a atividade empreendedora seja mais freqüente entre indivíduos com maior renda, devido às maiores aspirações e necessidades que estes apresentam. Por meio do empreendedorismo social, algumas dessas necessidades podem ser atendidas, principalmente aquelas ligadas a questões como solidariedade e busca de espaço participativo. Nesse sentido, espera-se que:

H₄: Quanto maior a renda familiar, maior a atividade empreendedora social.

Além dos aspectos demográficos citados anteriormente, acredita-se que outros fatores ligados ao empreendedorismo também repercutem na atividade empreendedora social. Fatores relacionados ao perfil e ao comportamento do empreendedor, apesar de terem limitações em explicar suas ações, podem contribuir para o entendimento do empreendedorismo social. Indivíduos que são empreendedores apresentam, muitas vezes, elevados graus de proatividade, e ampla necessidade de realização. Além disso, como muitas vezes empreendedores são pessoas que apresentam habilidades especiais, principalmente em gerir recursos, espera-se que eles apresentem maior probabilidade de serem empreendedores sociais do que a média da população. Refletindo tal afirmação, propõe-se que:

H_{5a}: A proporção de empreendedores sociais é maior entre empreendedores do que não empreendedores.

Entretanto, como elucidado em outros estudos (FILION, 1999), empreendedores apresentam diferentes motivos para a criação de seus negócios. Alguns vêem o ato de empreender como oportunidade para atender a uma realização pessoal ou para possibilitar maior ganho pessoal: empreendedores por oportunidade. Já outros buscam, no ato de empreender, uma forma de atender às suas necessidades de sobrevivência, sendo o empreendedorismo a única alternativa, principalmente quando não se dispõe de renda oriunda

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

de atividade assalariada: empreendedores por necessidade. Diante dessas duas diferentes motivações, o GEM Brasil (BASTOS JR et al., 2005, p. 88) estabeleceu “uma distinção entre os empreendedores que iniciam seu empreendimento por não terem alternativa razoável de ocupação e renda e aqueles que empreendem a partir da percepção de uma oportunidade ou a identificação de um nicho de mercado pouco explorado. Esses dois tipos de empreendedores são, respectivamente, chamados de **empreendedores por necessidade** e **empreendedores por oportunidade**”. Nesses termos, é bem provável que empreendedores por oportunidade apresentem atividade empreendedora social maior do que empreendedores por necessidade. Esses, por terem de ater-se ao atendimento de questões básicas de sobrevivência, provavelmente teriam pouco tempo ou interesse em desenvolver atividades empreendedoras sociais. Assim, acredita-se que:

H_{5b}: A proporção de empreendedores sociais é maior entre empreendedores motivados por oportunidade do que no restante da população.

A partir da formulação das hipóteses construídas sob a ótica dos resultados da atividade empreendedora nacional no ano de 2004, têm-se subsídios para a análise dos dados coletados. Para tanto serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados no estudo.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANALÍTICOS

Este estudo, de caráter exploratório e de natureza descritiva, foi realizado no Brasil, tendo como referência estudo anterior realizado no Reino Unido. A pesquisa sobre a SEA – taxa de atividade do empreendedorismo social faz parte de um estudo maior organizado pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) do Brasil, que tem como objetivo identificar quantas pessoas, de 18 a 64 anos, estão iniciando algum negócio, fornecendo elementos para o cálculo da TEA – taxa de atividade empreendedora e de seus demais desdobramentos.

Em relação ao procedimento de coleta de dados, esta foi feita por meio de entrevistas realizadas diretamente nos domicílios, face a face, com o apoio de questionário elaborado pelo GEM, sendo aplicado por um instituto de pesquisa. Foram entrevistados em 2004, no Brasil, 4000 adultos com idade entre 18 e 64 anos. O estabelecimento da amostra foi probabilístico, com nível de confiança de 95% e erro amostral de 1,04%, abrangendo todas as regiões geográficas do país e a composição da população em termos de gênero, idade, renda e escolaridade. Os estágios para o estabelecimento da abordagem de entrevista foram os REAd – Edição 57 Vol 13 N 3 set-dez 2007

Luciano Rossoni, Érika Onozato, Rodrigo Rossi Horochovski, Simara M. de S. S. Greco,
Joana Paula Machado & Paulo Alberto Bastos Junior

seguintes: seleção dos Estados; seleção dos municípios dentro dos Estados; seleção das quadras nos municípios; seleção dos domicílios nas quadras; seleção do indivíduo a ser entrevistado no domicílio. O quadro 3 apresenta um resumo do plano amostral.

Quadro 3 – Número de Entrevistados por Região do Brasil

Região	Entrevistados	Estados
Norte	280	Pará; Tocantins
Nordeste	1142	Bahia; Ceará; Paraíba; Pernambuco
Sul	600	Rio Grande do Sul; Santa Catarina; Paraná
Sudeste	1700	Minas Gerais; São Paulo; Rio de Janeiro; Espírito Santo
Centro-oeste	278	Goiás; Mato Grosso do Sul
Total	4000	15 Estados e 51 Cidades

Para o estabelecimento da SEA – taxa de atividade do empreendedorismo social, buscou-se averiguar se o pesquisado estava desenvolvendo, ou se era gestor de algum empreendimento com finalidade social. Havia duas perguntas básicas: a primeira verificava se ele estava tentando montar; a segunda, se ele administrava algum tipo de empreendimento com finalidade social. Por empreendimento com fim social incluiu-se também: qualquer promoção subsidiada ou gratuita de treinamentos, aconselhamentos ou apoio a indivíduos ou organizações, atividades cujos resultados financeiros são usados com propósitos sociais; ou grupos de auto-ajuda comunitários. Foram utilizadas cinco perguntas de controle, tanto para verificar as afirmações dos respondentes, como para poder classificar a SEA em: (1) SEA Nascente (empreendimentos com menos de 12 meses de criação); (2) SEA Nova (com até 42 meses, ou seja, criadas até o ano de 2001); e (3) SEA Estabelecida (criadas há mais de 42 meses, ou seja, antes do ano de 2001). Assim, a atividade empreendedora social foi calculada somando-se apenas os empreendedores enquadrados como SEA Nascente e SEA Nova, pois o interesse era avaliar empreendedores que estavam iniciando suas atividades e não aqueles já estabelecidos.

Além das variáveis referentes ao estabelecimento da atividade empreendedora social, foram utilizadas variáveis que indicavam gênero, idade, grau de instrução e renda familiar dos participantes. Também foi verificado se os indivíduos exerciam alguma atividade empreendedora, além da social. Por empreendedor, entende-se aquele indivíduo que esteve envolvido, nos últimos 42 meses, na criação de um novo negócio ou empreendimento, como, por exemplo, atividade autônoma, nova empresa, ou a expansão de empreendimento. Foi

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

verificado também se o empreendedor era motivado por oportunidade ou por necessidade, isto é, por não ter outra opção de renda.

O procedimento de análise foi feito por meio do cruzamento dos casos identificados como SEA tanto com as características demográficas dos participantes, quanto com as variáveis referentes à atividade empreendedora. Para o teste de significância, foi utilizado o teste χ^2 (Qui-quadrado), sendo esse adequado, quando as variáveis são binárias ou ordinais de caráter qualitativo (HAIR et al, 2005). Somente na comparação entre SEA e idade foi utilizado também o Teste-T para amostras independentes. Para a aceitação dos resultados como significativos, foi estabelecido um nível de significância de 5% ($p\text{-value} < 0,05$), tendo portanto, 95% de confiança de que os resultados estejam corretos. Utilizou-se o pacote estatístico SPSS 13[®] para análise dos dados.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com a apresentação dos dados coletados em 2004, foi possível entender melhor a dinâmica de criação dos empreendimentos com finalidade social e sem fins lucrativos no Brasil. O principal elemento de análise, a SEA – taxa de atividade do empreendedorismo social, foi de 1,05%, ou seja, 42 respondentes dos 4000 entrevistados iniciaram algum tipo de empreendimento social em menos de 42 meses. Apesar da taxa ser pequena, se a relacionarmos com o tamanho da população nacional com faixa etária de 18 a 64 anos (114.006.000 pessoas no ano de 2004, segundo IBGE, 2005), tem-se aproximadamente um milhão e duzentos mil empreendedores sociais, número bastante expressivo.

Contudo, atendendo ao objetivo do artigo, a atividade empreendedora social necessita ser explorada no que tange tanto aos seus aspectos demográficos, quanto à sua relação com o empreendedorismo convencional. Por meio da análise dessas variáveis, em que serão avaliadas as diferenças de proporções em tabelas cruzadas, é possível estabelecer um perfil desses empreendedores, como se verá a seguir.

Na tabela 1, pode-se verificar a relação da atividade empreendedora social com o gênero. De um total de 42 empreendedores sociais, 31 são do sexo masculino e 11 são do sexo feminino. Estratificando a atividade empreendedora, a SEA entre homens situa-se em 1,59% e entre mulheres 0,54%.

Verifica-se que há uma diferença significativa entre a atividade empreendedora social de homens e mulheres ($p\text{-value} = 0,001$), sendo os homens mais engajados na criação de empreendimentos sociais do que as mulheres, o que corrobora a hipótese 1. Se compararmos a

REAd – Edição 57 Vol 13 N 3 set-dez 2007

proporção de empreendedores sociais do sexo masculino (74%) com a proporção do sexo feminino (26%), verifica-se que há diferença mais significativa de gênero na atividade empreendedora social do que na atividade empreendedora convencional: 55% para homens e 45% para mulheres.

Tabela 1 – SEA por Gênero

Empreendedor Social	Sexo		Total
	Masculino	Feminino	
Não	1921	2037	3958
Sim	31	11	42
SEA %	1,59%	0,54%	1,05%
Total	1952	2048	4000

Pearson Chi-Square = 10,626

df = 1

p-value = 0,001

Fonte: Dados primários GEM Brasil 2004.

Conforme Bastos Jr et al (2005), como o empreendedorismo por necessidade é mais acentuado entre as mulheres, verifica-se uma barreira em potencial para que elas desenvolvam empreendimentos sociais, provavelmente por terem maior necessidade de lutar pela sobrevivência. Além disso, homens têm maior acesso ao meio político e possuem renda superior às das mulheres, o que provavelmente influencia maior atividade empreendedora social entre os homens.

Vale ressaltar que a atividade de criar novo empreendimento é diferente de participar como funcionário ou voluntário. Se fosse esse o quadro a ser analisado, provavelmente o número de mulheres seria até superior aos homens, pois tradicionalmente vários núcleos de atividade feminina participam como voluntárias em diversas ações.

No que concerne à idade, como pode ser visto na tabela 2, a porcentagem de empreendedores sociais é maior em duas faixas etárias: entre indivíduos com idade de 25 a 34 anos (1,29%) e com idade entre 45 e 54 anos (1,20%). Todavia, apesar dessas duas faixas etárias apresentarem maior percentual de atividade empreendedora, não existe diferença significativa entre os grupos (*p-value = 0,697*). Como a idade dos respondentes também foi tabulada como variável de razão, possibilitando a realização de testes paramétricos, foi realizado o Teste-T; porém também não houve diferença significativa (*p-value = 0,565; t = -0,576*) entre idade e o fato de o indivíduo ser empreendedor social ou não; portanto não há diferença significativa entre a SEA e a idade da população, ou seja, a hipótese 2 não foi confirmada.

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

O fato de não haver diferenças significativas entre a idade dos participantes e a atividade empreendedora instiga algumas observações. Se a taxa de empreendedorismo social é a mesma, isso provavelmente significa que o indivíduo, em qualquer idade, tem a mesma probabilidade de se tornar um empreendedor social. Nesse sentido, políticas públicas que fomentem o associativismo entre jovens, estimulando a criação de atividades sociais, pode ser importante fator de desenvolvimento, tanto para o jovem quanto para a comunidade. Já que eles são menos propensos a se engajarem na criação de empreendimentos comuns e também sofrerem com o desemprego, seria valiosa forma de que esses se desenvolvessem profissionalmente. Indivíduos de maior faixa etária também poderiam ser estimulados a criar tais tipos de empreendimentos, pois muitos deles não exercem atividade profissional, tendo uma parte do seu tempo ociosa.

Tabela 2 – SEA por Idade

Empreendedor Social	Idade					Total
	18-24 anos	25-34 anos	35-44 anos	45-54 anos	55-64 anos	
Não	904	1069	822	659	504	3958
Sim	8	14	9	8	3	42
SEA %	0,88%	1,29%	1,08%	1,20%	0,59%	1,05%
Total	912	1083	831	667	507	4000

Likelihood Ratio = 2,212

df = 4

p-value = 0,697

Fonte: Dados primários GEM Brasil 2004.

Na tabela 3, apresenta-se a relação entre grau de instrução e atividade empreendedora social. Pode-se perceber que, quanto maior o grau de instrução, maior a taxa de atividade empreendedora social. Indivíduos com escolaridade igual ou menor do que o ensino fundamental possuem SEA de somente 0,41%. Indivíduos com ensino médio incompleto e completo apresentam taxa de 1,49%. Já indivíduos com superior incompleto, completo ou com pós-graduação apresentam a maior taxa: 2,89%. Diante de tamanha diferença, a partir do teste Qui-quadrado, verifica-se que o grau de instrução interfere significativamente (*p-value < 0,001*) na atividade empreendedora social. Quanto maior o grau de instrução, maior a participação nesses tipos de empreendimento, corroborando a hipótese 3.

Tabela 3 – SEA por Grau de Instrução

Empreendedor Social	Grau de Instrução			Total
	Até Ens. Fund. Completo	Ens. Médio Incompleto e Completo	Superior Incompleto, Completo ou Pós	
Não	2200	1318	440	3958
Sim	9	20	13	42
SEA %	0,41%	1,49%	2,87%	1,05%
Total	2209	1338	453	4000

Pearson Chi-Square = 25,765

df = 2

p-value < 0,001

Fonte: Dados primários GEM Brasil 2004.

É provável, como também ocorre no empreendedorismo convencional, que indivíduos com maior grau de escolaridade estejam mais preparados para reconhecer oportunidades no ambiente, apresentando habilidades adicionais na gestão de recursos, possibilitando a angariação de meios para alcançarem seus projetos. Como a criação de um empreendimento social, muitas vezes, vem de algum tipo de motivação pessoal do indivíduo, aqueles com maior escolaridade aparentemente são mais competentes em realizá-las.

No tocante à renda familiar, quanto maior a renda, maior a atividade empreendedora social. De acordo com a tabela 4, indivíduos que apresentam renda familiar de até R\$ 780,00 apresentam uma SEA de somente 0,65%. Já aqueles indivíduos que apresentam renda familiar superior a R\$ 2.341,00 apresentam uma SEA de 4,10%; portanto a renda familiar afeta diretamente a probabilidade de empreender, o que pode ser comprovado pelo teste Qui-quadrado, que demonstra que a diferença entre grupos é significativa (*p-value = 0,001*). Sendo assim, a hipótese 4 foi corroborada.

Tabela 4 – SEA por Renda Familiar

Empreendedor Social	Renda Familiar				Total
	Até R\$ 780,00	de R\$ 781,00 a R\$ 1560,00	de R\$ 1561,00 até R\$ 2340,00	acima de R\$ 2341,00	
Não	2456	869	296	234	3855
Sim	16	11	4	10	41
SEA %	0,65%	1,25%	1,33%	4,10%	1,05%
Total	2472	880	300	244	3896

Likelihood Ratio = 17,595

df = 3

p-value = 0,001

Fonte: Dados primários GEM Brasil 2004.

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

O fato de indivíduos com maior renda serem mais propensos a empreenderem socialmente levanta a seguinte questão: se um indivíduo possui a necessidade de tomar ações em prol da sua própria sobrevivência, ele dificilmente vai envolver-se em atividades sem recompensa financeira imediata. Leva-se a crer que as soluções de problemas sociais para as camadas mais carentes da população não são criadas por esses, mas por aqueles que não necessitam diretamente de assistência, ou seja, são criadas por indivíduos com maior renda. Além do mais, indivíduos com maior renda apresentam necessidades pessoais que vão além das materiais, pois muitos deles já conseguiram atender a várias de suas necessidades de consumo. Muitas vezes, pessoas com renda alta envolvem-se na criação de empreendimentos sociais para ampliar a sua auto-realização, ou até mesmo em busca de prestígio social.

Somando-se a questão da renda com a questão da escolaridade, verifica-se que a posse de certas formas de capital, como financeiro, social e político, está vinculada à busca da atividade empreendedora social, sendo a relação entre formas de capital e ação empreendedora social uma forte corrente teórica para o estudo do empreendedorismo social como *corpus* teórico (MAIR e MARTI, 2006).

Como pode ser visto, as diferenças de gênero, escolaridade e renda apresentadas no empreendedorismo social se refletem no empreendedorismo de negócios. Nesses termos, se os indicadores demográficos estão presentes em tal atividade, espera-se que indivíduos empreendedores sejam mais propensos a desenvolver atividades com objetivo social.

Para tanto pode-se verificar tal relação a partir do cruzamento das variáveis relativas a SEA – taxa de atividade do empreendedorismo social e ao empreendedorismo de negócios. Na tabela 5, verifica-se que a proporção de indivíduos que são empreendedores sociais é maior entre aqueles que são empreendedores convencionais (2,71%) do que entre o restante da população (0,81%). Logo, a diferença entre os dois grupos apresenta-se como significativa ($p\text{-value} < 0,001$), corroborando a hipótese 5a. Diante de tal resultado, podemos afirmar que o empreendedorismo social se reflete no empreendedorismo de negócios.

Tabela 5 – SEA por Atividade Empreendedora

Empreendedor Social	Empreendedor		Total
	Não	Sim	
Não	3442	516	3958
Sim	28	14	42
SEA %	0,81%	2,71%	1,05%
Total	3470	530	4000

Pearson Chi-Square = 14,894

df = 1

p-value < 0,001

Fonte: dados primários GEM Brasil 2004.

REAd – Edição 57 Vol 13 N 3 set-dez 2007

Entretanto, além da diferença significativa no empreendedorismo social entre aqueles que são empreendedores e aqueles que não são, há uma diferença entre tipos de empreendedores: os que são motivados por oportunidade e os que são motivados por necessidade. Por isso foram realizados também testes com esses dois tipos de empreendedores.

Como era de esperar, se empreendedores são mais engajados em empreendimentos sociais do que o restante da população, os empreendedores por oportunidade também são. A diferença entre empreendedores por oportunidade e o restante da população também foi significativa ($p\text{-value} < 0,001$); no entanto o poder explicativo do empreendedorismo por oportunidade se mostrou maior do que no empreendedorismo convencional (Chi-Square de 24,442 contra Chi-Square de 14,894). Corrobora-se também a hipótese 5b, pois se pode afirmar que empreendedores por oportunidade são mais propensos a serem empreendedores sociais.

Tabela 6 – SEA por Atividade Empreendedora por Oportunidade

Empreendedor Social	Empreendedor por Oportunidade		Total
	Não	Sim	
Não	3692	266	3958
Sim	31	11	42
SEA %	0,84%	4,14%	1,05%
Total	3723	1142	1142

Pearson Chi-Square = 24,442

df = 1

$p\text{-value} < 0,001$

Fonte: dados primários GEM Brasil 2004.

Como contraprova para as hipóteses 5a e 5b, verificou-se a relação entre empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo social. Revelou-se que não há diferença significativa entre empreendedores por necessidade e o restante da população na criação de empreendimentos sociais ($p\text{-value} = 0,311$). Diante do resultado não significativo apresentado no teste feito com empreendedores por necessidade, pode-se afirmar que, na verdade, quem é mais propenso a empreender socialmente é aquele que é empreendedor por oportunidade.

Tais relações entre empreendedorismo social e empreendedorismo de negócios acontecem primordialmente entre aqueles indivíduos que buscam, no empreendedorismo, uma forma de realizar conquistas pessoais e materiais. Quanto aqueles que buscam empreender somente para sobreviver, a sua atividade não repercute na empreendedora social. Como já

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

afirmado anteriormente, se a preocupação imediata do indivíduo é com a sua sobrevivência, pouco tempo e interesse lhe sobra para construir empreendimentos solidários.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atendendo-se ao objetivo exposto no presente artigo, pode-se afirmar que o empreendedorismo social se reflete no empreendedorismo de negócios. Um dos aspectos mais evidentes na análise é a semelhança entre os resultados encontrados nos indicadores sobre a atividade empreendedora de forma geral com a atividade empreendedora social. Muitos dos indicadores do empreendedorismo convencional estão refletidos nessa modalidade, reforçando a importância da ação empreendedora, não só para a criação de riqueza, mas também para o atendimento de demandas sociais de caráter público. Subentende-se que o desenvolvimento do potencial empreendedor de uma sociedade pode refletir-se em uma maior participação na criação de empreendimentos com finalidade social.

Verifica-se que o empreendedor social brasileiro tem perfil delineado por pessoas de renda familiar alta, com alta escolaridade, predominantemente do sexo masculino e engajado na criação de novos negócios. Acredita-se que tais indivíduos não têm tanta necessidade de se preocupar com aspectos relacionados ao atendimento de suas necessidades básicas, e ainda contam com recursos intelectuais e habilidades de liderança para desenvolver tais empreendimentos.

Além dos aspectos demográficos, acredita-se que as características culturais nacionais não são propícias ao desenvolvimento de empreendimentos com objetivo social. Se comparados com outros países, o associativismo entre pessoas é baixo; indivíduos preferem desenvolver ações, na maioria das vezes, somente em benefício próprio; e ainda existe crença generalizada de que o fomento ao atendimento às necessidades sociais é obrigação única do Estado, não cabendo uma parcela de tal obrigação à sociedade.

Todavia acredita-se que o crescimento do interesse na área social pode estar relacionado com a multiplicação do número de organizações que atuam nessa área, o que pode contribuir cada vez mais para a ampliação da atividade empreendedora social. É difícil diagnosticar se o interesse em desenvolver essas atividades é motivado por mudanças nos valores da sociedade; contudo acredita-se que quanto maior o engajamento de pessoas em apoiar a criação de novos empreendimentos sociais, melhores serão os resultados dessas organizações. Entre uma das correntes que buscam compreender o fenômeno do crescimento

do empreendedorismo social, está a corrente da pesquisa em movimentos sociais (ANDREWS, 2001). Entender o empreendedorismo social como um fenômeno de mobilização de pessoas não conformadas com a situação social pode aprimorar o conhecimento atual sobre a área.

A partir do momento em que há interesse generalizado de pessoas e principalmente de organizações em desenvolver empreendimentos sociais, os recursos disponibilizados por aqueles que tradicionalmente fomentam tais atividades tendem a ser mais disputados, o que leva as organizações sociais cada vez mais a racionalizarem suas ações, o que aproxima sua gestão com a de empresas tradicionais. A racionalização da atividade social provavelmente também fomentou que as organizações sociais buscassem no empreendedorismo uma forma de identidade que legitima a idéia de profissionalização do campo social, facilitando o diálogo dessas organizações com as detentoras de recursos que muitas vezes, são organizações privadas. Dessa forma, o termo empreendedorismo social surge como reflexo da racionalização do campo de organizações sociais no Brasil. Assim, a racionalização não foi somente necessária, mas atuou como um mito para a legitimação do campo (MEYER e ROWAN, 1977).

No que se refere às limitações da pesquisa, uma é devido ao fato de os dados coletados serem, na grande maioria, binários ou ordinais, o que limita a possibilidade de testes mais sólidos. Outro fator limitador é o pequeno número de casos identificados, dificultando uma possível generalização dos resultados, apesar de a amostra ser estatisticamente representativa.

Sugerem-se estudos com questionários específicos sobre o tema, utilizando escalas para possibilitar maior número de análises. O cruzamento de dados levantados por questionário, com outros métodos qualitativos, pode também revelar importantes elementos da atividade empreendedora social no país. Além disso, como sugerido por Mair e Marti (2006), novas perspectivas teóricas devem ser adotadas, já que o foco ainda recai sobre o fenômeno em si. Entre essas perspectivas estão: a teoria da estruturação, o empreendedorismo social, o capital social, e os movimentos sociais.

REFERÊNCIAS

ANDREWS, K. T. Social Movements na Policy Implementation: The Mississippi Civil Rights Movements and The War on Poverty: 1965 to 1971, **American Sociological Review**, v. 66, n. 1, p. 71-95, 2001.

EXPLORANDO AS RELAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIOS COM
EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

ASHOKA Empreendedores Sociais e McKinsey & Company, Inc. **Empreendimentos sociais sustentáveis**: como elaborar planos de negócio para organizações sociais. São Paulo: Petrópolis, 2001.

BARENSEN, Lynn; GARDNER, Howard. Is the social entrepreneur a new type of leader? **Leader to Leader**, New York, n. 34, p. 43-50, fall 2004.

BASTOS JÚNIOR, Paulo Alberto; GRECO, Simara Maria S. S.; HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi; MACHADO, Joana Paula; SCHLEMM, Marcos Muller. **Empreendedorismo no Brasil 2004**, Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2005.

DEES, Gregory J. **The meaning of “social entrepreneurship”**. Disponível em: <http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf> Texto original criado em: 31 out. 1998. Reformado e revisado em: 30 mai. 2001. Acesso em: 18 ago. 2005.

EIKENBERRY, Angela M.; KLUVER, Jodie Drapal. The Marketization of the Nonprofit Sector: Civil Society at Risk?, **Public Administration Review**, v. 64, n. 2, p. 132-140, March/April 2004.

FEGER, José Elmar. Empreendedores sociais e privados: existem diferenças? In: EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança, 2004, Rio de Janeiro. **Anais...**, Rio de Janeiro: Anpad, 2004.

FERREIRA, M. Do Voto Feminino à Lei das Cotas: a difícil inserção das mulheres nas democracias representativas, **Revista Espaço Acadêmico**, n. 37, jun. 2004.

FILION, Louis Jaques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios, **RAUSP – Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 34, p. 05-28, Abril/Junho 1999.

JOHNSON, Sherrill. **Young Social Entrepreneurs in Canada**. Canadian Centre for Social Entrepreneurship. Edmonton, May 2003. Disponível em: <[http://www.bus.ualberta.ca/ccse/Publications/Publications/Sherrill%20Johnson%20case%20study%20\(June%202nd,%202003\)%20--%20Young%20SocialEntrepreneurs%20\(final\).doc](http://www.bus.ualberta.ca/ccse/Publications/Publications/Sherrill%20Johnson%20case%20study%20(June%202nd,%202003)%20--%20Young%20SocialEntrepreneurs%20(final).doc)>. Acesso em: 30 mai. 2006.

HAIR, Joseph; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronaldo L.; BLACK William C. **Análise Multivariada de Dados**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

IBGE. **Síntese dos Indicadores Sociais 2004**. Brasília: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2005.

MAIR, Johanna; MARTI, Ignasi. Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, **Journal of World Business**, v. 41, p. 36-44, 2006.

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

Luciano Rossoni, Érika Onozato, Rodrigo Rossi Horochovski, Simara M. de S. S. Greco,
Joana Paula Machado & Paulo Alberto Bastos Junior

MEYER, John W.; ROWAN, Brian. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony, **American Journal of Sociology**, v. 83, n. 2, p. 340-363, 1977.

ROBERTS, Dave; WOODS, Christine. Changing the world on a shoestring: the concept of social entrepreneurship. **University of Auckland Business Review**. v. 7, n. 1, p. 45-51, 2005.

ROPER, Juliet; CHENEY, George. Leadership, learning and human resource management: the meaning of social entrepreneurship today. **Corporate Governance**, v. 5, n. 3, p. 95-104, 2005.

YOUNG, Dennis R. **The Non-profit Sector in a Changing Economy**. Montreal: OCDE, 2003.