

## EMPREENDEDORISMO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

Ademir Schmitt Junior (ICPG – UNIASSELVI)  
junior@grupomc.com.br

Graziele Beiler (ICPG – UNIASSELVI)  
grazibeiler@terra.com.br

Marcelo Walkowski (ICPG – UNIASSELVI)  
marcelowk@yahoo.com.br

### RESUMO

Esse artigo propõe uma análise bibliográfica de definições sobre o que vem ser o empreendedorismo social e responsabilidade social bem como abordar de que forma são definidos os empreendedores sociais. Assim, o artigo tem como objetivo explorar os conceitos de empreendedorismo social corporativo e responsabilidade social com suas características, funções e percepções no meio da sociedade que esses estão inseridos. No que se refere a metodologia e em relação aos objetivos, a pesquisa é exploratória, quanto à abordagem, consiste numa pesquisa qualitativa. Com os resultados dessa pesquisa pode-se identificar que o conceito de responsabilidade social é o envolvimento das empresas corporativas com parcerias de interesse que objetivam o resultado de uma sociedade melhor e mais humanitária e onde todos tenham vez. A parceria de empresas corporativas com instituições filantrópicas é de grande valia, pois possibilita uma vida melhor e digna a muitas pessoas que são consideradas excluídas da nossa sociedade e que se não forem acolhidas em projetos como esses nunca terão uma chance de poder viver com dignidade e respeito. Se cada pessoa adotar uma causa social e levar o projeto as empresas que conhecem fazendo a empresa corporativa ter interesse em se beneficiar com a responsabilidade social e em melhorar a sociedade como um todo, os problemas sociais seriam reduzidos muito mais rápidos do que os projetos governamentais preveem.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Empreendedorismo Social; Características; Responsabilidade Social; Organizações.

### ABSTRACT

This paper presents a literature review of definitions on which comes to social entrepreneurship and social responsibility as well as address how social entrepreneurs are defined. Thus, the article aims to explore the concepts of social entrepreneurship and corporate social responsibility with its features, functions and perceptions surrounding society that they are inserted. As regards the methodology and in relation to the objectives, the research is exploratory, on the approach, consists of a qualitative research. The results of this research can be identified that the concept of social responsibility is the involvement of companies with corporate partnerships that aim to interest the result of a more humane and better society, where everyone has time. The partnership of companies with corporate philanthropy is of great value, because it enables a better life and dignity to many people who are deemed excluded from our society and if they are not welcomed in projects like these can never have a chance to live with dignity and respect. If each person to adopt a social cause and take the development companies that know your company will have an interest in corporate benefit to social responsibility and better society as a whole, the social problems would be reduced much faster than the government projects predict.

**Key words:** Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Features, Social Responsibility, Organizations.

## 1. INTRODUÇÃO

A preocupação com as empresas privadas sempre foi algo muito estudado, mas e com as empresas filantrópicas? Como ficam as comunidades que não tem um dirigente ou gestor para administra-las? Com essa preocupação há pouco tempo, não mais que vinte anos surgiu o empreendedorismo social que tem a finalidade segundo Vieira (2001) criar valores sociais por meio da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, visando o desenvolvimento social, econômico e comunitário. Assim, o empreendedorismo social é conduzido por duas fortes correntes: primeiramente, o desejo social natural muda frequentemente os benefícios de uma inovação, de uma organização empreendedora e de uma organização baseada na solução. Em segundo lugar, a sustentabilidade da organização e a diversificação dos seus serviços requerem capital, frequentemente incluindo a criação de lucro ou uma sociedade com organizações lucrativas.

A pesquisa em relação ao tema tem por objetivo explorar os conceitos de empreendedorismo social, corporativo e responsabilidade social com suas características, funções e percepções no meio da sociedade que esses estão inseridos e quem são seus gestores e suas visões para o desenvolvimento das empresas seja social ou corporativa e da sociedade como um todo.

Com o objetivo de aprofundar os conhecimentos acerca do tema e fazer emergir variados pontos de vistas advindos dos diferentes autores analisados, foi realizada uma revisão da literatura sobre empreendedorismo social, corporativo e responsabilidade social, na qual foram consultados livros, artigos e periódicos on-line.

No que se refere aos procedimentos de pesquisa, esta se caracteriza como bibliográfica, pois tem como objetivo ampliar o grau de conhecimento em empreendedorismo social, corporativo e responsabilidade social. Vergara (2005, p.48) define pesquisa bibliográfica como “[...] o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral”.

Em relação aos objetivos, a pesquisa é exploratória. Raupp; Beuren (2004, p. 80) versam que esta pesquisa normalmente ocorre quando há pouco conhecimento sobre a temática a ser abordada. Uma característica consiste no aprofundamento de conceitos preliminares sobre determinada temática não contemplada de modo satisfatório anteriormente. Assim, evidencia-se a necessidade de estudos mais aprofundados acerca do tema empreendedorismo social, corporativo e responsabilidade social.

Quanto à abordagem, consiste numa pesquisa qualitativa, pois como define Richardson (1989) os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

A partir da análise bibliográfica primária foi realizada uma análise com os conteúdos pesquisados a fim de diferenciar os conceitos de empreendedorismo social, corporativo e responsabilidade social.

Na primeira parte encontra-se a introdução, com uma breve abordagem dos conceitos e métodos de pesquisa. Na segunda parte está a fundamentação teórica abordando os principais conceitos, as características, as diferenças e comparações entre empreendedorismo social, corporativo e responsabilidade social. Na terceira parte encontram-se as principais conclusões e recomendações sobre os temas abordados e por último as referências bibliográficas utilizadas em toda a pesquisa para a elaboração do artigo.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na parte que diz respeito à fundamentação teórica serão abordados os conceitos e entendimentos que se tem em relação ao que vêm ser o empreendedorismo social, como são definidos os empreendedores sociais, as comparações entre sociedades tradicionais e empresas sociais empreendedoras, comparações entre empreendedores de negócios e empreendedores sociais e as principais diferenças entre o empreendedorismo empresarial e o empreendedorismo social.

Os conceitos de responsabilidade social também serão abordados, pois muitas pessoas ainda confundem esse termo com empreendedorismo social, sendo que são termologias com conceitos distintos. Sobre o empreendedorismo privado ou corporativo irar-se abordar um breve histórico com a evolução de seus conceitos.

E em uma última parte da fundamentação teórica, têm-se as principais características que distinguem o empreendedorismo social, a responsabilidade social empresarial e o empreendedorismo privado ou corporativo.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

A evolução do empreendedorismo vem sendo analisada há muitos anos, mas no início da década de 90 que o Brasil vem se aprofundando no estudo do empreendedorismo. Os estudos se aprofundam muito em empreendedorismo corporativo, voltado para o bem das empresas privadas. Mas além do empreendedorismo corporativo temos estudos avançando em pesquisas para o entendimento de um conceito sobre o que vem a ser o empreendedorismo social.

Megginson; Mosley; Pietri Jr. (1986) afirmam que as organizações sociais podem ser divididas em 1) de serviços sem fins lucrativos, como: museus, igrejas e hospitais dirigidos por grupos religiosos; 2) de proteção e benefícios mútuos, como: clubes privados, associações de empregados e associações comerciais; e 3) organizações de bem estar, como: unidades de saúde pública, biblioteca pública e áreas de recreação. Cabe-nos perguntar quem são as pessoas que se encarregam de cuidar das tarefas sociais desta comunidade? Algumas respostas surgiram durante a história, mas nem todas se mostraram corretas.

A primeira surgiu quando a Alemanha de Bismarck disse que os problemas sociais podem e devem ser resolvidos pelo governo. “Esta ainda é, provavelmente, a resposta aceita pela maioria das pessoas, em especial nos países desenvolvidos do Ocidente, embora seja provável que a maioria não mais acredite plenamente nela”. Mais tarde tinha-se a resposta que a organização teria que ser a comunidade na qual o indivíduo encontraria posição e função, com a comunidade do local de trabalho transformando-se naquela pela qual seriam organizadas as tarefas sociais. A resposta correta à pergunta: “Quem cuida dos desafios sociais da sociedade do conhecimento? Não é o governo, nem a organização empregadora. A resposta é um novo *setor social* separado (DRUCKER, 1996). Segundo o autor:

As antigas comunidades – família, vila, paróquia e assim por diante – quase desapareceram na sociedade do conhecimento emergente. Seu lugar foi tomado pela nova unidade de integração social: a organização. Enquanto a comunidade era uma questão de destino, a organização tinha membros voluntários. Enquanto a comunidade reivindicava a pessoa inteira, a organização era um meio para seus fins. (DRUCKER, 1996).

Como ressaltam Melo Neto; Froes (2002, p.31) “O processo de empreendedorismo social exige, principalmente, o redesenho de relações entre comunidade, governo e setor

privado, que se baseia no modelo de parcerias”, tendo como principal objetivo (2002, p.11 e 12) “[...] retirar pessoas da situação de risco social e [...] o foco é nos problemas sociais, e o objetivo a ser alcançado é a solução a curto, médio e longo prazos destas questões [...] buscando propiciar-lhes plena inclusão social”. Intelectuais, políticos, empresários e pesquisadores sociais apontam distorções, culpam o governo, criticam as políticas públicas e identificam gestores e instituições corruptas, ineficientes e ineficazes.

Oliveira (2004) procurou em seu artigo fazer uma pesquisa envolvendo os principais institutos internacionais que definem empreendedor corporativo e constatou que muitos já têm um entendimento muito próximo de um conceito formal.

A *School Social Entrepreneurship* (SSE) do Reino Unido define o empreendedor social como "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'. (OLIVEIRA, 2004).

O *Canadian Centre Social Entrepreneurship* (CCSE) no Canadá entende o empreendedor social como "uma pessoa que 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". (OLIVEIRA, 2004).

O *Foud Schwab* na Suíça define como "agentes de intercâmbio 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 auto-sustentabilidade 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 vêem oportunidades onde outros não vêem 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". (OLIVEIRA, 2004).

Segundo o *The Institute Social Entrepreneurs* (ISE) nos Estados Unidos: "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". (OLIVEIRA, 2004).

Já a *Ashoka* nos Estados Unidos dizem que "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." (OLIVEIRA, 2004).

Jim Thalhuber (1999) diz que os empreendedores de organizações sociais, devem gradualmente adaptarem-se às estratégias que ocasionam a mudança de sua cultura organizacional. O países nos últimos anos vem sofrendo fortes conseqüências com a desigualdade social e isso faz com que pessoas desenvolvam o perfil de empreendedor social que é um conceito distinto do empreendedor corporativo. Para Brinckerhoff (2000, p. 11):

O centro do empreendedorismo social é uma boa administração. [...] os empreendedores sociais são pessoas que estão constantemente procurando novas maneiras de servir seus colaboradores e adicionar valor aos serviços existentes. [...]

os empreendedores sociais devem: a) estar dispostos a correr riscos razoáveis em favor das pessoas as quais a organização serve; b) entender a diferença entre precisar e querer; c) entender que todos os recursos alocados são realmente investimentos administrados; d) pesar o retorno social e financeiro de cada um dos investimentos; e, e) sempre possuir uma missão, mas saber que sem dinheiro, não há missão que se conclua. (BRINCKERHOFF, 2000, p. 11).

Segundo *Ashoka Empreendedores Sociais eMackisey e Cia. INC* (2001) os empreendedores corporativos criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Quando Leite (2002) aborda o empreendedor corporativo diz que “empreendedores com uma missão social, que é sempre central e explícita”. Rao (1998) salienta que empreendedores sociais, indivíduos que desejam colocar suas experiências organizacionais e empresariais mais para ajudar os outros do que para ganhar dinheiro.

Segundo Rouere e Pádua (2001) os empreendedores sociais são inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas.

Os empreendedores sociais são aqueles que criam valores sociais por meio da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, visando ao desenvolvimento social, econômico e comunitário. Assim, o empreendedorismo social é conduzido por duas fortes correntes: primeiramente, o desejo social natural muda freqüentemente os benefícios de uma inovação, de uma organização empreendedora e de uma organização baseada na solução. Em segundo lugar, a sustentabilidade da organização e a diversificação dos seus serviços requerem capital, freqüentemente incluindo a criação de lucro ou uma sociedade com organizações lucrativas. (VIEIRA, 2001).

Melo Neto; Froes (2002) dizem que quando fala-se de empreendedorismo social está se buscando novos paradigmas: “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.

Segundo Rouere; Pádua (2001) o empreendedorismo social: “constitui 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.”

Os quadros mostram uma comparação entre as empresas sociais tradicionais e as empresas sociais empreendedoras. E uma comparação entre empreendedores de negócio e empreendedores sociais.

<b>Organização social tradicional</b>	<b>Organização social empreendedora</b>
Estatuto e regras direcionadas	Missão direcionada
Hierarquia	Time/trabalho orientados
Especialização de responsabilidade	Integração de responsabilidade
Controle centralizado	Descentralização/empowerment
Contabilidade conforme as regras	Contabilidade conforme os resultados
Foco no que é melhor para a organização	Foco no que é melhor para o cliente
Ênfase nos programas	Ênfase no centro das competências
Valor uniforme	Valor flexível
Qualidade baseada no padrão profissional	Qualidade indo ao encontro ou excedendo as expectativas do cliente
Gerenciamento dos custos	Gerenciamento dos valores

Ordem de serviço exclusiva	Escolha e competição
Dependente de recursos	Financeiramente auto-suficiente
Tentar ser todas as coisas para todas as pessoas	Nicho-orientado

**Quadro 1. Comparação entre as empresas sociais tradicionais e empreendedoras.**

Fonte: Adaptado de Thalhuber (2002, apud Oliveira, 2004).

<b>Empreendedores de negócio</b>	<b>Empreendedores sociais</b>
Força é experiência pessoal, conhecimento e energia	Força é sabedoria coletiva e experiência de organizações, é a chave de financiadores
Foco em pequenos termos financeiros ganhos	Foco na construção de longos termos da capacitação organizacional
Sem limite no tipo ou liberdade de idéias	Idéias baseadas na organização estão na missão e no centro de competências
Lucro é um fim	Lucro é um significado
Lucro embolsado e/ou distribuído para acionistas	Lucro retorna à organização na ordem para servir mais pessoas e/ou encontrar grandes resultados
Riscos pessoais e/ou financiador em ativos	Riscos ativo organizacional, imagem e crença pública

**Quadro 2. Comparação entre empreendedores de negócio e empreendedores sociais**

Fonte: Adaptado de Thalhuber (1999)

No quadro 2 apresenta-se a comparação entre empreendedores de negócio e empreendedores sociais, o quadro 3 mostra a diferença segundo Melo Neto; Froes (2002) do empreendedorismo empresarial e o empreendedorismo social.

<b>Empreendedorismo empresarial</b>	<b>Empreendedorismo social</b>
1. É individual	1. É coletivo
2. Produz bens e serviços	2. Produz bens e serviços 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 respeitar pessoas da situação de risco social e promovê-las

**Quadro 3: Diferença entre empreendedorismo empresarial e empreendedorismo social**

Fonte: Adaptado de MELO NETO e FROES, 2002, p. 11

## 2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

De acordo com Kotler (1994), o conceito de responsabilidade social está atrelado à adoção e disseminação de um “código ético”. Para o autor, há que se estimular e promover o entendimento desse código em toda a organização para, a partir daí, poder praticar uma “consciência social” junto aos diversos públicos com os quais a empresa mantém relação. No Brasil, um conceito similar ao proposto por Kotler (1994), advém de uma organização sem fins lucrativos denominada Instituto Ethos - Empresas e Responsabilidade Social.

Megginson, Mosley e Pietri Jr. (1998, p. 93) afirmam que responsabilidade social “representa a obrigação da administração de estabelecer diretrizes, tomar decisões e seguir rumos de ação que são importantes em termos de valores e objetivos da sociedade”.

Segundo os mesmos autores “algumas autoridades argumentam que as organizações devem desempenhar atividades ligadas à responsabilidade social porque lucratividade e crescimento decorrem do tratamento responsável de grupos com empregados, clientes e a comunidade” (MEGGINSON; MOSLEY e PIETRI JR., 1998, P. 95).

Melo Neto e Froes (1999) apresentam a responsabilidade social como o exercício da cidadania empresarial, que pressupõe uma atuação eficiente da empresa em duas dimensões: a gestão da responsabilidade social interna e a gestão da responsabilidade social externa.

Responsabilidade Social é a maneira de governar os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários. Para conciliar os interesses organizacionais e manter-se socialmente responsável, faz-se necessária a existência de um código ético consolidado e bem compreendido pelos dirigentes e funcionários das instituições privadas. Hoje as empresas não têm dúvidas de que a responsabilidade social é um valor e um *Know How* que precisam incorporar. No entanto, para incorporar leva mais tempo, porque não depende só da vontade, depende da preparação de recursos humanos, de acesso ao conhecimento. Os indicadores mostram que as empresas têm que fazer, em cada uma das áreas, um esforço de médio e longo prazo para que sejam na íntegra socialmente responsáveis (REVISTA EMPREENDEDOR, 2003).

### 2.3 EMPREENDEDORISMO PRIVADO OU CORPORATIVO

Cantillon (1755) foi um primeiros, sem não o primeiro, a citar alguma definição do que viria a ser o empreendedorismo, que em sua percepção, seria a aquisição de matéria-prima por um determinado preço e uma posterior venda à preço incerto, com possibilidades de lucro, atribuía um certo risco que era tipo do empreendedorismo, uma aversão ao risco.

Schumpeter (1911) consolida esta posição adicionando o termo *inovação*. Ainda muito antes de se falar em inovação na história Schumpeter visava que além de correr riscos o empreendedorismo trazia algo de novo. A essência do empreendedorismo está na percepção e exploração de novas oportunidades no ambiente de negócios... onde sempre tem haver com deixar o emprego tradicional e procurar novas oportunidades (SCHUMPETER, 1928).

Pinchot (1989) identifica o empreendedorismo na necessidade do ser em realizar-se, e que não é necessariamente estabelecida na infância e que pode vir a ser desenvolvida em qualquer momento da vida desde que se tenha o desejo e a oportunidade. Nesse ponto o autor coloca as necessidades como prioridade para o empreendedorismo acontecer, e que qualquer ser pode vir a se tornar um empreendedor.

De modo geral os empreendedores detém o papel de identificar oportunidades e converte-las em valores econômicos. Esses autores concebem o empreendedorismo como um processo que ocorre em diferentes ambientes e cenários, causando mudanças no sistema econômico mediante as inovações trazidas pelos indivíduos que geram ou respondem às oportunidades econômicas que criam valor. (CHURCHILL; MUZYKA, 1996). Empreendedorismo não é apenas a criação de negócios, é a arte de criar oportunidades a assumir riscos calculados. Uma definição mais ousada do empreendedorismo. (KURATKO; HODGETTS, 1998),

A definição de empreendedorismo dada pelo Centro para Empreendedorismo Arthur M. Blank, da Babson College envolve liderança, identificação de oportunidades, bem como o aproveitamento dessas para criar riqueza (GIMENEZ et al, 2000, p.11).

“O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa que, é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e,

implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros” (DEGEN, 1989, p. 1).

Nesse sentido de análises de diferenciação, tem-se o quadro onde pode-se observar as principais características do empreendedorismo social, da responsabilidade social e do empreendedorismo privado.

<b>Empreendedorismo privado</b>	<b>Responsabilidade Social Empresarial</b>	<b>Empreendedorismo social</b>
É individual	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 o 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 é o impacto e a transformação social
Visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	Visa agregar valor estratégico ao negócio e atender expectativas do mercado e da percepção da sociedade/consumidores	Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promove-las, gerar capital social, inclusão e emancipação social

**Quadro 4: Características do empreendedorismo social, responsabilidade social empresarial e empreendedorismo privado.**

Fonte: Adaptado de Melo Neto; Froes (2002).

A implantação de uma cultura empreendedora tem uma razão de ser: “é o pano de fundo para o fomento da inovação, da busca e identificação de oportunidades, do trabalho criativo, para a organização do trabalho e dos processos empresariais de forma mais integrada, para a eliminação de barreiras internas de comunicação, etc.” (DORNELAS, 2003, p. 16).

Sharma; Chrisman apud Dess et al. (2003, p.352) definem empreendedorismo corporativo como “o processo pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro daquela organização”.

**3. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conforme a ideia central do estudo, abordou-se o objetivo geral explorando os conceitos de empreendedorismo social, empreendedorismo corporativo e responsabilidade social com suas características, funções e percepções no meio da sociedade que esses estão inseridos e quem são seus gestores e suas visões para o desenvolvimento das empresas, seja social ou corporativa e da sociedade como um todo.

Pode-se resaltar que o empreendedorismo social ainda não tem um conceito formal definido e está sendo pesquisado nas empresas sociais e em cada empresa socialmente gerida tem um caso específico a ser estudado.

De forma a ser entendida, pode-se colocar que o empreendedorismo social visa o trabalho coletivo e não individual, seus produtos e serviços são destinados a comunidade, seu foco é na busca de soluções para os problemas sociais causando assim um desempenho de impacto social e visa sempre respeitar e ajudar as pessoas da sociedade que se encontram em situação de risco promovendo-as ao convívio em sociedade.



Seus gestores tem características distintas dos gestores de empresas privadas pois prezam o bem estar da comunidade e lucro não é objetivo e sim um significado para servir as pessoas mais necessitadas. Suas idéias são baseadas em missões organizacionais e em centro de competências. São pessoas éticas, embora sabe-se que algumas infelizmente se aproveitam das empresas sociais para benefício próprio, mas a maioria que geri esse tipo de empresa é capacitado e tem o respeito da comunidade da qual está inserido.

O empreendedorismo corporativo difere do empreendedorismo social pois é focado no trabalho individual produzindo bens e serviços para o mercado objetivando o lucro e visando satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio.

Seus gestores tem características distintas dos empreededores sociais pois lucro é um objetivo no negócio com distribuição aos investidores e não a comunidade e a experiência pessoal e conhecimento são suas forças para o alcance dos objetivos.

A responsabilidade social é diferente do empreendedorismo social pois não é baseado no trabalho coletivo, é individual e pode atuar com possíveis parcerias. Seus produtos e serviços são feitos para si e para a comunidade, seu foco é o mercado mas atende a comunidade conforme sua missão organizacional e não necessariamente atende somente a comunidade em prol de uma sociedade melhor. Seu desempenho é medido através do retorno de investimento de seus *stakeholders* e visa agregar valor estratégico ao negócio atendendo as expectativas do mercado e da percepção da sociedade/consumidores.

Observando o conceito de responsabilidade social pode-se concluir que a mesma é o envolvimento das empresas corporativas com parcerias de interesse que objetivam o resultado de uma sociedade melhor e mais humanitária e onde todos tenham vez. A parceria de empresas corporativas com instituições filantrópicas é muito importante pois possibilita uma vida melhor e digna a muitas pessoas que são consideradas excluídas da nossa sociedade e que se não forem acolhidas em projetos como esses nunca teram uma chance de poder viver com dignidade e respeito.

Pode-se recomendar com a análise desse estudo, que as empresas corporativas devam se preocupar com a responsabilidade social e adotar as empresas sociais como parceiras objetivando a melhora dos indivíduos dentro da sociedade, dando a esses indivíduos que se julgam excluídos a oportunidade de uma vida digna e de respeito com estudo, trabalho e saúde.

Aos empreendedores sociais os sinceros votos de respeito, pois são pessoas únicas que lutam por pessoas que nem conhecem, mas objetivam e acreditam que esses indivíduos excluídos são capazes de serem pessoas dignas de respeito e aos gestores que se aproveitam das empresas sociais para benefício próprio que se retirem e deem a vez para pessoas éticas e que irão realmente fazer algo de bom na gestão dessas empresas sócias.

Se cada pessoa adotar uma causa social e levar o projeto as empresas que conhecem fazendo a empresa corporativa ter interesse em se beneficiar com a responsabilidade social e em melhorar a sociedade como um todo, os problemas sociais seriam reduzidos muito mais rápidos do que os projetos governamentais preveem.

## REFERÊNCIAS

ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS e MACKISEY e Cia. Inc. **Empreendimentos sociais sustentáveis**. São Paulo: Petrópolis, 2001.

BRINCKERHOFF, Peter C., **Social Entrepreneurship**: the art of mission-based venture development, John Wiley & Sons, Inc.: New York, 2000.]

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en general**. Ed. H. Higgs. Reprint of Economic Classics. New York: A. Kelley, 1964.

CERVO, Amado L. e BERVIAN, Pedro A. (1983) **Metodologia Científica : para uso dos estudantes universitários**. 3.ed. São Paulo : McGraw-Hill do Brasil.

DEES, J. Gregory, Enterprising Nonprofits, **Harvard Business Review**, January-February, 1998.

\_\_\_\_\_, **The Meaning of “Social Entrepreneurship**, disponível em: <http://www.the-ef.org/resources-Dees103198.html>

DEGEN, Ronald Jean, **O Empreendedor**: valores da iniciativa organizacional, São Paulo:McGraw-Hill, 1989.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo** - como ser empreendedor, inovar se diferenciar na sua empresa. 4ªed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, Peter F., **Administrando em Tempos de Grandes Mudanças**, São Paulo: Pioneira, 1996.

GIMENEZ, F. A. P.; JUNIOR, E. I.; SUNSIN, L. A. S. B. **Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor**. In: SOUZA, Eda C. Lucas de (org) **Empreendedorismo**: Competência Essencial para Pequenas e Médias Empresas. Brasília: ANPROTEC. 2000.

INSTITUTO ETHOS EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Pesquisa 2002**. Responsabilidade Social das empresas – Percepção do Consumidor –. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/publicacoes/outras\\_publicacoes/consumidor\\_2002/consumidor\\_2002.pdf](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/publicacoes/outras_publicacoes/consumidor_2002/consumidor_2002.pdf) >

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1994.

KURATKO, Donald F. & HODGETTS, Richard M. Hodgetts. **Entrepreneurship**: A contemporary approach. Orlando: Dryden, ed. 4, 1998.

LEITE, Emanuel. **Incubadora social**: a mão visível do fenômeno do empreendedorismo criando riqueza. In: IV ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO-ENEMPRESA. Anais Santa Catarina: UFSC/ENE, 2002.

MEGGINSON, Leon C.; MOSLEY, Donald C. & PIETRI JR., Paul H. **Administração**: conceitos e aplicações, São Paulo: Harbra Harper & Row do Brasil, 1986.

MEGGINSON, Leon C.; MOSLEY, Donald C.& PIETRI, JR, Paul H. (1998) -*Administração* – Conceitos e Aplicações. 4ª ed. São Paulo : HARBRA.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Responsabilidade social & cidadania empresarial: administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

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

\_\_\_\_\_. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

\_\_\_\_\_. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

103

MOSLEY, D. C.; PIETRI JR., P. H. Administração: Conceitos e Aplicações. Tradução de Maria Isabel Hopp. São Paulo : Harbra, 1998.

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

PINCHOT, G. **Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor.** São Paulo: Harbra, 1989.

RAO, Srikumar. Renasce o imperador da paz. **Forbes**, v. 162, n. 5, 7 set. 1998. Disponível em: <[www.ashoka.org.br](http://www.ashoka.org.br)>.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 76-97.

RICHARDSON, R. J. *Pesquisa social: métodos e técnicas.* São Paulo: Atlas, 1989.

ROUERE, Mônica de; PÁDUA, Suzana Machado. **Empreendedores sociais em ação.** São Paulo: Cultura Associados, 2001.

SCHUMPETER, J.A. (1928), **Der Unternehmer**, in Ludwig Elster et al. (Eds.) (1928) *Handwörterbuch der Staatswissenschaften* (4th edition: Jena 1928: 483). Reference in: Hartmann, H. (1959) “Managers and Entrepreneurs: A Useful Distinction”, *Administrative Science Quarterly*, 3, 3, p. 429-451.

SCHUMPETER, J.A.. **The Theory of Economic Development.** Cambridge, Mass. Harvad University Press, 1934

TALHUBER, Jim, **The Definition of a Social Entrepreneur**, *The National Center for Social Entrepreneurs*, disponível em: <http://www.socialentrepreneurs.org/entreddef.html>.

\_\_\_\_\_, **The Entrepreneurial Nonprofit Organization**, *The National Center for Social Entrepreneurs*, disponível em: <http://www.socialentrepreneurs.org/entreddef.html>

VIEIRA, Renata de Martins Faria. **Elaboração de Projetos Sociais: Uma Aplicação.** Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção - Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Produção: Florianópolis/ fevereiro 2001.