

## **A Criação de Empreendimentos Sociais Reflete a Atividade Empreendedora Nacional? Explorando as Relações entre Empreendedorismo Convencional e Social no Brasil**

**Autoria:** Luciano Rossoni, Erika Onozato, Rodrigo Rossi Horochovski

**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 explorar se os indicadores de atividade empreendedora nacional refletem na atividade empreendedora social (SEA – *Social Entrepreneurship Activity*). Foram realizadas 4.000 entrevistas em domicílios nacionais, na qual 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  $\chi^2$  (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.

### **INTRODUÇÃO**

Apesar do tema empreendedorismo já ter considerado 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 explorar se os indicadores de atividade empreendedora nacional refletem na atividade empreendedora social (SEA – *Social Entrepreneurship Activity*).

Nesse sentido, o trabalho apresenta uma revisão teórico-empírica sobre 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 empreendedorismo convencional. Por fim, algumas considerações finais são feitas, apresentando as limitações do estudo e sugerindo novos temas de pesquisa.

### **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 eram chamados como tal. Por meio da combinação de diferentes conceitos ligados a 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 paixão, ao invés disso têm uma visão de como alcançar melhorias; são persistentes, determinados para fazer a visão funcionar.
- **Engajam num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo:** procuram caminhos inovadores para garantir que os seus empreendimentos tenham acesso aos recursos pelo tempo 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 um 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 se encaixar no modelo de empreendedor social. Aqueles que são mais inovadores em seus trabalhos e criam mais progressos vão ser naturalmente vistos como mais empreendedores.

Um dos principais responsáveis por introduzir e propagar o termo empreendedor social é Bill Drayton, por meio da fundação da organização internacional sem fins lucrativos Ashoka (2006) em 1980 na Índia. O objetivo dessa entidade é identificar e investir em líderes empreendedores com idéias criativas e inovadoras capazes de provocar mudanças sociais positivas e de amplo impacto social.

Essa organização apóia os empreendedores selecionados por meio de um suporte financeiro (bolsa mensal) que permite a dedicação exclusiva ao projeto social, além disso, contribui com a profissionalização dessas pessoas, fornecendo programas de capacitação, seminários e consultorias. Os empreendedores sociais da Ashoka (2006) integram uma rede mundial que possibilita o intercâmbio de informações e experiências e a realização de parcerias, colaborando com a disseminação de suas idéias e projetos. Está presente em 52 países e atua no Brasil desde 1986. 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 que pensa e faz o ideal de produzir impacto social benéfico”.

Para Melo Neto e Froes (2002, p. 34), o empreendedor social é “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.

Os empreendedores sociais conhecem as necessidades e os valores do seu público-

alvo, compreendem as expectativas das pessoas que ajudam e que 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).

Para Roberts e Woods (2005), 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. Os empreendedores sociais também utilizam muitas ferramentas e conhecimentos do mundo dos negócios, porém se diferem na motivação e no propósito. Eles tendem a comunicar suas visões em termos morais, com desejos de justiça social. Buscam atender as necessidades sociais enquanto os convencionais buscam atender as necessidades financeiras.

Para Roper e Cheney (2005), o que distingue essas pessoas dos empreendedores “regulares” é o comprometimento social e a falta de interesse em recompensas financeiras. Barendsen e Gardner (2004) acreditam que a grande diferença é que os empreendedores convencionais criam negócios, enquanto que empreendedores sociais criam mudanças. Johnson (2003) afirma que eles desenvolvem e implementam iniciativas que geram resultados mensuráveis na forma de transformações sociais.

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**

<b>Empreendedorismo privado</b>	<b>Empreendedorismo social</b>
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 promove-las

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

Para Dees (1998), 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. 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 uma organização social pode ser considerado um empreendedor. O empreendedor social é uma rara espécie de líder e deve ser reconhecido como tal.

Para Barendsen e Gardner (2004), os empreendedores sociais são persistentes e possuem a habilidade de inspirar outras pessoas a trabalharem com eles. Se sentem responsáveis com a 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 as suas profundas convicções. Para alguns empreendedores sociais, é muito difícil separar os objetivos pessoais dos profissionais.

Barendsen e Gardner (2004) acreditam que 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 uma nova perspectiva de vida; ou a participação em um trabalho desenvolvido com jovens problemáticos. Muitos empreendedores sociais se envolveram com atividades sociais desde cedo, tiveram modelos reais ou pais que eram politicamente ativos (BARENSEN; GARDNER, 2004).

Johnson (2003) acredita que esses indivíduos começam seus trabalhos com um forte senso de justiça social e enxergam as atividades lucrativas como um meio e não como um fim para alcançar seus objetivos.

Para Vieira (2001), o empreendedor social deve estar preparado para correr riscos razoáveis em benefício da comunidade atendida pela entidade; verificar se os recursos alocados estão sendo bem administrados; avaliar o retorno social e financeiro de cada um dos investimentos; compreender a diferença entre precisar e querer; e ter sempre uma missão, mas com a consciência de que sem os recursos financeiros não é possível concluir sua missão.

Apesar da maioria dos autores relacionar o empreendedorismo social principalmente com o setor não lucrativo, outros, como o Centro Canadense de Empreendedorismo Social (*Canadian Centre for Social Entrepreneurship – CCSE*) possui uma definição mais abrangente e acredita que o empreendedorismo social pode ocorrer dentro do setor público, do privado e do setor não lucrativo. Isso é na essência um modelo híbrido, que envolve tanto atividades lucrativas como não lucrativas, assim como a colaboração entre os setores (JOHNSON, 2003).

Roper e Chevey (2005) também concordam com essa visão e acreditam que não existe um único caminho que caracteriza os empreendimentos sociais. Para eles é comum identificar exemplos de empreendimentos sociais nos três setores. Para esses autores existem três categorias de empreendedores sociais:

- a) Emergentes e experientes CEOs (*Chief Executive Officer –* Chefe do setor executivo) e suas organizações que se auto-caracterizam como inovadores e socialmente responsáveis.
- b) Administradores do setor não lucrativo que importam negócios e modelos baseados no mercado para melhorar o desempenho de suas organizações.
- c) Filantrópicos que se vêem como catalisadores de mudanças organizacionais e sociais.

Para Johnson (2003), a utilização do modelo híbrido para definir o empreendedorismo social põe mais ênfase na natureza empreendedora dessas atividades e na inovação que esses empreendedores trazem para resolver os problemas sociais, em lugar de focalizar nos benefícios sociais que esses serviços podem providenciar. Esse conceito sugere que o empreendedorismo social pode ter uma variedade de formas, incluindo os inovadores empreendimentos não lucrativos e os negócios privados com propósitos sociais.

O termo “empreendedorismo social” é uma combinação de duas concepções que não se encaixam naturalmente e que está buscando ainda uma aceitação como senso comum. Essa

falta de ajustamento natural é que torna o termo aberto às resistências e aos desafios (ROPER; CHENEY, 2005).

Johnson (2003) 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 um dever do Estado.

Dennis Young (apud FERREIRA, 2005) afirma que 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 (que eram geralmente artistas, assistentes sociais, médicos, enfermeiras, e professores, que acabavam assumindo também as tarefas administrativas da organização).

A emergência do empreendedorismo social como um reconhecido campo está ligado a uma variedade de fatores, sendo que um deles é a insatisfação com o modo de administrar as entidades de caridade e fundações (BARENDSSEN; GARDNER, 2004).

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 quais conjuntos de características empreendedoras (realização, planejamento ou poder) estão as maiores diferenças entre os dois tipos. Após analisar 53 questionários de cada grupo descobriu-se que não existe uma 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 convencional reflete na atividade empreendedora social. Concomitante com tal pressuposto, serão apresentados alguns elementos da atividade empreendedora no Brasil, que servirão como base para a formulação das hipóteses de pesquisa.

## **HIPÓTESES DE PESQUISA SOBRE A 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, dentre 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 a proporção da população envolvida na criação e no desenvolvimento de novos negócios. Para efeitos 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 atividade do empreendedorismo social (SEA) – com alguns desses resultados apresentados no presente estudo. Para tanto, pressupõe-se que alguns indicadores do empreendedorismo convencional no Brasil reflitam na atividade empreendedora social. Nesse sentido, algumas hipóteses de pesquisa podem ser desdobradas dos aspectos demográficos da atividade empreendedora social, como será visto a seguir.

Em relação ao gênero, apesar de homens e mulheres serem vistos como iguais perante a lei, a princípio, esta igualdade não se reflete 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 atividade no ano de 2004. Esperando-se que tais diferenças entre gênero reflitam no empreendedorismo social, propõe-se a seguinte hipótese:

**H<sub>1</sub>: O número de empreendedores sociais varia em função do gênero, sendo maior entre os homens.**

No que se refere a atividade empreendedora por distribuição de idade, existe uma diferença entre as faixas etárias. Indivíduos com idade entre 25 e 34 anos apresentam uma 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 (%) <sup>1</sup>	Proporção (%) <sup>2</sup>
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.

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, espera-se que, como a exemplo do empreendedorismo convencional:

**H<sub>2</sub>: 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:

**H<sub>3</sub>: 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 as necessidades básicas como moradia e alimentação. É provável que a atividade empreendedora seja mais freqüente entre indivíduos com maior renda devido a 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:

**H<sub>4</sub>: 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 pro-atividade, 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 uma maior probabilidade de serem empreendedores sociais do que a média da população. Refletindo tal proposição, propõe-se que:

**H<sub>5a</sub>: 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 uma 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 suas necessidades de sobrevivência, sendo o empreendedorismo a única alternativa, principalmente quando não se dispõe de renda oriunda de atividade assalariada (empreendedores por necessidade). Nesses termos, é bem provável que empreendedores por oportunidade apresentem uma atividade empreendedora social maior do que empreendedores por necessidade. Esses, por terem que se ater no atendimento a questões básicas de sobrevivência, provavelmente teriam pouco tempo ou interesse em desenvolver atividades empreendedoras sociais. Assim, acredita-se que:

**H<sub>5b</sub>: 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.

## 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 - atividade de 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 um 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%, refletindo 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 as 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
<b>Total</b>	<b>4000</b>	<b>15 Estados e 51 Cidades</b>

Para o estabelecimento da SEA – atividade de empreendedorismo social, buscou-se averiguar se o pesquisado estava desenvolvendo ou se era gestor de algum empreendimento com finalidade social. Existiram duas perguntas básicas: a primeira verificava se ele estava tentando montar e 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 nas quais os resultados financeiros são usados com propósitos

sociais; ou grupos de auto-ajuda comunitários. Foram utilizadas cinco perguntas de controle para verificar as afirmações dos respondentes, tão 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). Sendo assim, a atividade empreendedora social foi calculada somando-se apenas os empreendedores enquadrados como SEA Nascente e SEA Nova.

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, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento. Foi verificado também se o empreendedor era motivado por oportunidade ou por necessidade (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 a atividade empreendedora. Para o teste de significância, foi utilizado o teste  $\chi^2$  (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<sup>®</sup> para análise dos dados.

## 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 - atividade de 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) têm-se aproximadamente um milhão e duzentos mil empreendedores sociais, um número bastante expressivo.

Contudo, atendendo ao objetivo do artigo, a atividade empreendedora social necessita ser explorada no que tange tanto a seus aspectos demográficos, quanto a sua relação com o empreendedorismo convencional. Por meio da análise dessas variáveis, é possível estabelecer um perfil desses empreendedores. Para isso, a SEA – atividade de empreendedorismo social será cruzada com as variáveis referentes aos aspectos demográficos: gênero, idade, grau de instrução e renda familiar; e com os indicadores de atividade empreendedora, tanto por oportunidade quanto por necessidade. Os resultados das análises serão representados em tabelas de contingência, utilizando-se do teste  $\chi^2$  (Qui-quadrado) e do Teste –T para o teste de hipóteses, como serão ilustrados 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 proporção de empreendedores sociais do sexo masculino (74%) com a proporção do sexo feminino (26%) verifica-se que há uma 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       $df = 1$

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

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 numa maior atividade empreendedora social entre os homens.

Vale ressaltar que a atividade de criar um 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 ( $p\text{-value} = 0,697$ ). 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 ( $p\text{-value} = 0,565$ ;  $t = -0,576$ ) entre idade e o fato do 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.

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 um 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 uma valiosa forma desses se desenvolverem profissionalmente. Indivíduos com maior faixa etária também poderiam ser estimulados a

criarem tais tipos de empreendimentos, pois muitos desses 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 ( $p\text{-value} < 0,001$ ) 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 a 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 ( $p\text{-value} = 0,001$ ). 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.

O fato de indivíduos com maior renda serem mais propensos a empreenderem socialmente reflete a seguinte questão: se um indivíduo possui a necessidade de tomar ações em prol da sua própria sobrevivência ele dificilmente vai se envolver 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 várias de suas necessidades de consumo. Muitas vezes, pessoas com renda alta envolvem-se na criação de empreendimentos sociais para se auto-realizarem, ou até mesmo em busca de prestígio social.

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

Para tanto, pode-se verificar tal relação a partir do cruzamento das variáveis relativas a SEA - atividade de 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 de negócios reflete no empreendedorismo social.

**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.

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 se 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). Corroborar-se também a hipótese 5b, pois pode-se 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 contra-prova 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 propício a empreender socialmente são aqueles que são empreendedores 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. Entre aqueles que buscam empreender somente para sobreviver, em nada refletem na atividade empreendedora social. Como já afirmado anteriormente, se a preocupação imediata do indivíduo é com a sobrevivência, pouco tempo e interesse lhe sobra para construir empreendimentos solidários.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atendendo-se ao objetivo exposto no presente artigo, pode-se afirmar que o empreendedorismo de negócios reflete no empreendedorismo social. Um dos aspectos mais evidentes na análise é a semelhança entre os resultados encontrados nos indicadores sobre a atividade empreendedora de uma forma geral com a atividade empreendedora social. Muitos dos indicadores sobre 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 em uma maior participação na criação de empreendimentos com finalidade social.

Verifica-se que o empreendedor social brasileiro tem um 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 intuito 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 uma crença generalizada de que o fomento ao atendimento a 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 da sociedade em apoiar a criação de novos empreendimentos sociais, melhores serão os resultados dessas organizações, estimulando ainda mais a criação de empreendimentos com fins sociais.

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

Sugere-se que sejam feitos estudos com questionários específicos sobre o tema, utilizando escalas para possibilitar um 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.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHOKA. *Site institucional*. Disponível em: <<http://www.ashoka.org.br>>. Acesso em: 20 mai. 2006.

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

BARENDSSEN, 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](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.

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.

FERREIRA, Sílvia. **O que tem de especial o empreendedor social?** O perfil de emprego do empresário social em Portugal. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Oficina do Centro de Estudos Sociais, n. 223, março, 2005. Disponível em: <<http://www.ces.fe.uc.pt/publicacoes/oficina/223/223.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2006.

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/cese/Publications/Publications/Sherrill%20Johnson%20case%20study%20\(June%20nd,%202003\)%20--%20Young%20SocialEntrepreneurs%20\(final\).doc](http://www.bus.ualberta.ca/cese/Publications/Publications/Sherrill%20Johnson%20case%20study%20(June%20nd,%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.

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

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.

VIEIRA, Renata de Martins Faria. **Elaboração de projetos sociais: uma aplicação**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis: 2001.