

O Terceiro Setor e o Empreendedorismo Social: Explorando as Particularidades da Atividade Empreendedora com Finalidade Social no Brasil

Autoria: Luciano Rossoni, Erika Onozato, Rodrigo Rossi Horochovski

Resumo: No Brasil, as informações sobre a criação de empreendimentos com intuito social, ou seja, sobre a atividade empreendedora social são raras e de difícil generalização. Preenchendo essa lacuna, o objetivo exposto no presente artigo é explorar a atividade empreendedora social (SEA – *Social Entrepreneurship Activity*) no Brasil e seus respectivos relacionamentos com os aspectos demográficos dos empreendedores sociais que desenvolvem tais atividades. Para isso, foi realizado um levantamento por meio de 4.000 entrevistas em domicílios nacionais, pelo qual o estabelecimento da amostra foi probabilístico, com nível de confiança de 95% e erro 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 a atividade empreendedora social varia em questão do gênero, grau de instrução e renda familiar, não apresentando diferença significativa em relação a idade e a região do país.

Introdução

A discussão sobre o terceiro setor vem permeando, já há um bom tempo, amplos debates e discussões nos meios de comunicação voltados para o grande público. O tema desperta interesse não só das pessoas envolvidas diretamente com a área, mas também da população de uma forma geral, o que contribui para sua maior visibilidade.

No que se refere aos estudos acadêmicos sobre o tema, existe uma certa confusão sobre os conceitos e limitações de qual realmente seria o campo do terceiro setor. Existem diversas conceituações, por exemplo: Conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam à produção de bens e serviços públicos (FERNANDES, 1994); Instituições formais, não estatais, independentes, com participação voluntária, e que não distribuem os lucros para a direção (SALAMON; ANHEIER, 1992, 1996); Conjunto de organizações da sociedade civil ou sem fins lucrativos, como as associações, entidades filantrópicas, entre outros (LANDIM, 1993). Enfim, apesar das definições apresentarem diferenças, essas possuem alguns denominadores comuns: as organizações que fazem parte do terceiro setor são aquelas que não visam o lucro e que atendem a um bem coletivo comum.

Landim (1993) acredita que a utilização do termo terceiro setor é bem recente, e teve início na década de 1970 nos Estados Unidos para designar as organizações sem fins lucrativos que prestavam serviços públicos. Na década seguinte, porém, o termo “setor não lucrativo” (*nonprofit sector*) passou a ser mais utilizado no país.

Para Salamon (1998), fica difícil compreender se o crescimento das organizações do terceiro setor é novo ou se é apenas uma redescoberta de um setor que foi ignorado no passado. Para o autor, apesar da proliferação da atividade voluntária organizada nos últimos anos, as organizações sem fins lucrativos têm raízes históricas antigas. Estavam presentes na China na antiguidade e foram institucionalizadas através do Budismo no século VIII. No Japão, a Sociedade da Gratidão, considerada a primeira fundação filantrópica do país, foi criada em 1829, quase um século antes da primeira fundação nos Estados Unidos. Na Europa Ocidental essas instituições antecedem ao regime comunista. Portanto para o pesquisador, este movimento não é considerado novo, mas uma re-emergência de padrões anteriores.

Por estes motivos é que Alves (2002) considera o termo terceiro setor muito genérico, pois é possível incluir diversos tipos de organizações, como também diversos marcos teóricos. Andion (2001) acredita ser extremamente difícil ou até impossível ter uma definição minuciosa e universal para caracterizar as atividades das organizações da sociedade civil na área social. Como a atuação dessas entidades na economia mundial está sendo reconhecida cada vez mais devido à geração de empregos e ao impacto social de suas ações, cresceu o interesse por parte dos pesquisadores acadêmicos, fazendo emergir diferentes correntes que interpretam o mesmo fenômeno.

A autora não utiliza a corrente do Terceiro Setor (FALCONER, 1999; FERNANDES, 1994; SALAMON, 1998), que é a mais usada nos trabalhos brasileiros para caracterizar as ações das entidades que atuam na área social, pois acredita que dentro dessa definição se encaixam várias organizações com características, papéis e formas institucionais completamente diferentes. Para a pesquisadora as organizações que atuam no campo social podem ser divididas em três grupos:

a) Economia Social - fazem parte desse grupo as entidades mais próximas à esfera do mercado, como as mutuais de crédito e as cooperativas que têm o objetivo de produzir bens e serviços e possuem fins lucrativos, porém visando o benefício dos membros participantes, pois o lucro é redistribuído entre os cooperados de maneira proporcional;

b) Terceiro Setor - cujo papel está mais ligado ao Estado, fazem parte os institutos, as fundações empresariais e públicas, as ONGs estrangeiras e as ONGs intermediárias que não atuam diretamente na comunidade, mas são responsáveis pela ligação entre os financiadores e as organizações que trabalham com projetos sociais. Agem como centros que redistribuem os recursos públicos ou privados, visando diminuir as desigualdades existentes na sociedade;

c) Economia Solidária - são as organizações que não visam o lucro e que foram desenvolvidas a partir da própria mobilização da sociedade civil. Estas são baseadas na reciprocidade, tais como o dom e o voluntariado. Fazem parte desse grupo as entidades filantrópicas e as associações civis de caráter público, organizações comunitárias, organizações voluntárias e ONGs de atuação social direta.

Para Andion (2001), entender a diferenciação dos grupos existentes no campo social é fundamental, todavia a própria autora afirma que na prática esta classificação não é estática, na verdade as organizações entram em constante interação e suas lógicas acabam se misturando, confrontando e interpenetrando.

Para Falconer (1999, p. 1-2), uma certa confusão existe porque este campo de estudo ainda está passando por um processo de formação, por isso é comum a alteração da linguagem utilizada. Em “áreas novas de conhecimento, na ausência de paradigmas ou modelos explicativos dominantes, as disciplinas e escolas competem por espaço e influência, modificando rapidamente o horizonte do campo”.

Apesar do tema já ter um considerado espaço no meio acadêmico, as formas de associação entre as pessoas que têm como intuito desenvolver atividades no terceiro setor ainda é pouco discutida, representando somente uma pequena parte dos estudos na área. 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 a atividade empreendedora social (SEA – *Social Entrepreneurship Activity*) no Brasil e seus respectivos relacionamentos com aspectos demográficos dos empreendedores sociais que desenvolvem tais atividades.

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 e discussão dos resultados, que apresenta as tabelas e suas respectivas análises, abordando as características da atividade empreendedora social no Brasil. 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 este pesquisador o termo empreendedorismo social pode até ser considerado novo, mas o fenômeno não. Os empreendedores sociais sempre existiram, mesmo que não sejam chamados como tal. Por meio da combinação dos conceitos sobre geração de valor de Say, inovação e agentes de mudança de Schumpeter, busca da oportunidade de Drucker e utilização máxima dos valores de Stevenson, ele define as características dos empreendedores sociais (DEES, 1998):

- 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 e 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 através 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 vão expressar estas características de diferentes maneiras e em diferentes graus. 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 naturalmente ser vistos como mais empreendedores.

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).

O empreendedor social para 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 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.

Melo Neto e Froes (2002) acreditam também que existem diferenças entre o empreendedorismo privado e o empreendedorismo social. Os autores apresentam no quadro 1 um resumo com as principais diferenças.

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).

Para Dees (1998), muitas organizações do setor social são vistas como ineficientes, ineficazes e sem respostas aos problemas, portanto 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 a necessidade de incentivar e recompensar estes 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.

Roberts e Woods (2005) apontam para a necessidade de diferenciar os empreendedores sociais das pessoas que praticam caridade e ações beneficentes. É óbvio que no centro de suas ações existe uma motivação benevolente, mas vai além disto. Existem muitas pessoas com uma perspectiva semelhante, são caridosas e ajudam os outros, mas os empreendedores sociais são pessoas de negócio, eles não são necessariamente contra o lucro.

Existem poucos estudos que comparam o empreendedorismo convencional com empreendedorismo social empiricamente. Um desses estudos 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, estão as maiores diferenças. Após analisar 53 questionários de cada grupo descobriu-se que não existe uma diferença significativa entre os dois tipos de empreendedores, contudo, ao analisar as características constatou que os empreendedores sociais apresentavam uma pontuação menor no conjunto de realização, sugerindo que estes 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. Sendo assim, 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 em diversos 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 entre os 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 – Taxa de Atividade Empreendedora, 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 empreendedora social – 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.

Em relação ao gênero, apesar de homens e mulheres serem vistos como iguais perante a lei, esta igualdade, a princípio, 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 a maior parcela de empreendedores em atividade no ano de 2004. Dessa maneira, 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 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 (%) 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.

Como pode ser visto no quadro 2, existe uma diferença na atividade empreendedora em relação a faixa etária. Essa atividade chega ao pico entre os 25 e 34 anos, decrescendo nas faixas de idade superiores. Sendo assim, propõe-se que:

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 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. 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 as condições estruturais e culturais predominantes em cada região do país afetem tanto a atividade empreendedora convencional como a atividade empreendedora social. As regiões sudeste e sul são consideradas as mais desenvolvidas no país, apresentando altas taxas de empreendedorismo, principalmente no que se refere a empreendimentos motivados por

oportunidade. Outras regiões, como norte e nordeste, por serem menos desenvolvidas, provavelmente apresentam atividade empreendedora social menor, pois grande parcela da população está mais preocupada com a sobrevivência do que com o desenvolvimento de atividades de caráter social. Diante dessas diferenças regionais é bem provável que:

H₅: A atividade empreendedora social varia entre as regiões do país.

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

Esse estudo de caráter exploratório e de natureza descritiva foi realizado pioneiramente em dois países: Brasil e Inglaterra, sendo usados neste trabalho somente os dados do primeiro. A pesquisa sobre 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 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
Total	4000	15 Estados e 51 Cidades

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 inclui-se também: qualquer promoção subsidiada ou gratuita de treinamentos, aconselhamentos ou apoio a indivíduos ou organizações; atividades onde 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 somente os empreendedores enquadrados como SEA Nascente e SEA Nova.

O procedimento de análise foi feito por meio do cruzamento dos casos identificados como SEA com as características demográficas dos participantes. 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.

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. Sendo assim, como principal elemento de análise, a SEA - Atividade de Empreendedorismo Social no Brasil foi de 1,05%, ou seja, 42 respondentes dos 4000 entrevistados iniciaram algum tipo de empreendimento social a 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 (IBGE, 2005) – temos 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 se refere aos seus aspectos demográficos, possibilitando nesse ponto estabelecer um perfil desses empreendedores. Para isso, a SEA – Atividade de Empreendedorismo Social será cruzada com as variáveis referentes ao gênero, idade, grau de instrução, renda familiar e região geográfica, apresentadas em tabelas de contingência, utilizando-se do teste χ^2 (Qui-quadrado) para o teste de hipóteses.

Na tabela 1 pode-se ver 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 entre homens e mulheres ($p\text{-value} = 0,001$), sendo os homens mais participativos no engajamento de atividades empreendedoras 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 maior diferença 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
%	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 numa maior atividade empreendedora social entre os homens.

No que se refere à idade, como pode ser visto na tabela 2 a porcentagem de empreendedores sociais é maior 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, esta possibilita a realização de testes paramétricos. Sendo assim, também 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. Sendo assim, não há diferença significativa entre a SEA e a idade da população, ou seja, a hipótese 2 não foi confirmada.

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
%	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.

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

esses são menos propensos a se engajarem na criação de empreendimentos comuns e também sofrem 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.

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 primeiro grau possuem SEA de somente 0,41%. Indivíduos com segundo grau incompleto e completo apresentam taxa de 1,49%. Já indivíduos com superior incompleto, completo ou com pós-graduação apresentam a maior taxa: 2,89%. Sendo assim, 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 1º Grau Completo	2º Grau Incompleto e Completo	Superior Incompleto, Completo ou Pós	
Não	2200	1318	440	3958
Sim	9	20	13	42
%	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.

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
%	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 serem empreendedores sociais 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 material 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, com maior renda.

Por fim, no que se refere à atividade empreendedora social por região, são observados diferentes percentuais, tendo a região Centro-oeste obtido o maior percentual (2,17%) Porém, apesar de tais diferenças, não foi possível identificar diferença significativa entre elas ($p\text{-value} = 0,351$). Portanto, não foi confirmada a hipótese 5.

Tabela 5 – SEA por Região

Empreendedor Social	Região					Total
	Norte	Nordeste	Sul	Sudeste	Centro-oeste	
Não	276	1135	732	1680	135	3958
Sim	4	7	8	20	3	42
%	1,43%	0,61%	1,08%	1,18%	2,17%	1,05%
Total	280	1142	740	1700	138	4000

Likelihood Ratio = 4,357

df = 4

p-value = 0,351

Fonte: dados primários GEM Brasil 2004.

O fato da região norte e nordeste terem apresentados os maiores percentuais foi aceito como surpresa, mesmo esses não sendo significativos. Talvez pelo fato do número de casos identificados serem pequenos, não foi possível verificar se essas diferenças ocorrem, sendo necessários estudos futuros para tais comprovações.

Considerações Finais

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 tem um perfil delineado por pessoas de renda familiar alta, com alta escolaridade e predominantemente do sexo masculino. Pode-se acreditar 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 pelo terceiro setor 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 no terceiro setor.

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

ALVES, Mário Aquino. Terceiro setor: as origens do conceito. In: XXVI Encontro da ANPAD, *Anais...*, Salvador, 2002.

ANDION, Carolina. As particularidades da gestão em organizações da Economia Solidária. In: XXV Encontro da ANPAD, *Anais...*, Campinas, 2001.

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

BASTOS JUNIOR, P. A. ; SCHLEMM, M. ; HOROCHOVSKI, R. R. ; GRECO, S. ; MACHADO, J. P. **Empreendedorismo no Brasil: 2004**. 1. ed., v. 1, 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.

FALCONER, Andrés Pablo. **A promessa do Terceiro Setor**: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo: 1999.

FEGER, José Elmar. Empreendedores sociais e privados: existem diferenças? In: EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança, *Anais...*, 17 a 19 de novembro, Rio de Janeiro, 2004.

FERNANDES, Rubem César. **Privado porém público**: O Terceiro Setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1994.

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

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.

LANDIM, Leilah. **Para além do mercado e do Estado?** Filantropia e cidadania no Brasil. Rio de Janeiro: ISER, 1993.

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.

SALAMON, Lester. A emergência do terceiro setor: uma revolução associativa global. **Revista de Administração**, São Paulo, v.33, n.1, p.05-11, jan/mar 1998.

SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. **In Search of the Nonprofit Sector II: The Problem of Classification**. Working Papers of the Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, n.3. Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies, 1992.

_____. **The International Classification of Nonprofit Organizations: ICNPO-Revision 1**, 1996. Working Papers of the Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, n. 19. Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies, 1996.