

Área Temática: Organização do terceiro setor

Título do Trabalho: Convergências e Divergências de Perfis Profissionais: Comparando os desafios e as ações do Empreendedor Social em relação ao Empreendedor de Negócios.

AUTORAS

JULIANA STURMER SOARES DE SOUZA

Universidade Presbiteriana Mackenzie
justurmer@hotmail.com

VÂNIA MARIA JORGE NASSIF

Universidade Presbiteriana Mackenzie
vanianassif@mackenzie.com.br

Resumo

Essa pesquisa teve como objetivo identificar o perfil e as características dos empreendedores sociais, através de entrevistas semi-estruturadas, e comparar com o empreendedor de negócios, de acordo com a literatura, para conhecer as convergências e divergências de seus desafios e ações empreendidas no contexto social. Foram entrevistados quatro empreendedores sociais que atuam na grande São Paulo e os dados foram tratados por meio de análise de conteúdo, conforme Bardin (1977), contemplando sete categorias de respostas para análise de resultados. Os resultados indicam que existem diversas convergências e divergências entre os empreendedores sociais e de negócios. As principais convergências encontradas concentram-se no direcionamento dos esforços no ato de empreender, nas características necessárias para ser um empreendedor e nas características que os empreendedores buscam nas pessoas com quem trabalham e convivem. Já as diferenças podem ser observadas no objetivo fim de cada um desses tipos de empreendedores, na motivação e no que causa prazer e satisfação no processo de empreender. Além disso, os empreendedores sociais mostraram-se mais preocupados em equilibrar a vida pessoal e profissional do que foi encontrado na literatura sobre os empreendedores de negócio.

Abstract

The purpose of the present work is to identify social entrepreneurs' profile and characteristics via semi-structured interviews, comparing them to business entrepreneurs, according to literature, to know the convergences and divergences of their challenges and actions undertaken in the social context. Four social entrepreneurs who act in Sao Paulo have been "interviewed" and the data were treated through content analysis, according to Bardin (1977), contemplating seven categories of answers for results analysis. The results indicate that there are several convergences and divergences between social and business entrepreneurs. The main convergences are concentrated in the orientation of the efforts in the act of undertaking, in the necessary characteristics to be an entrepreneur and in the characteristics that the entrepreneurs look for in the persons with whom they work and coexist. The differences can be observed in the objective of each one of these entrepreneurs types, in the motivation and in what causes pleasure and satisfaction in the process of undertaking. Besides, the social entrepreneurs appeared more preoccupied in balancing the personal and professional life comparing with business entrepreneurs.

Palavras-chave: perfil profissional; empreendedor social; empreendedor de negócio.

1. Introdução

Apesar das enormes desigualdades sociais e da miséria que atinge parte significativa da população mundial, o saldo do final do século passado pode ser avaliado como positivo. Isto, se considerar a crescente preocupação da sociedade global com os assuntos relacionados à preservação do meio ambiente, ao desenvolvimento sustentável, aos direitos humanos, aos novos formatos de trabalho e, principalmente, às condições sociais.

Essas preocupações promoveram mudanças na forma das organizações privadas, poder público e sociedade civil agir e interagir. Elas têm procurado (juntas) encontrar caminhos para a diminuição das desigualdades e a conseqüente melhoria da qualidade de vida dos excluídos (LIBERMAN, 2004).

Num país que luta para reduzir as enormes discrepâncias sociais, o empreendedorismo social, através da criatividade e do engajamento de todos os agentes da sociedade, é fundamental na busca da redução da exclusão social. Entretanto, é preciso superar a tentação do assistencialismo fácil, procurando criar estruturas e projetos de longo prazo, envolver funcionários, voluntários, parceiros, clientes, e todas as organizações que possam e queiram se engajar, pois somente assim será possível gerar benefícios reais para a comunidade.

Existem diversos estudos desenvolvidos no mundo, sobre as características dos empreendedores de negócio, em sua maior parte, gerada em países centrais como Estados Unidos, Canadá, Espanha entre outros.

No Brasil, as universidades, os pesquisadores e instituições como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) têm desenvolvido trabalhos relativos ao assunto. Porém, a literatura ainda é incipiente quando procuram identificar quem são os empreendedores sociais, em que distinguem dos empreendedores de negócios, suas características e suas ações, como resultados para a sociedade. Assim, essa pesquisa tem sua relevância destacada, de tal forma a contribuir com essa área do conhecimento.

2. Problema e Objetivo

O problema dessa pesquisa é identificar se há convergências e divergências no perfil e nas características dos empreendedores sociais em relação aos empreendedores de negócios.

O objetivo dessa pesquisa é o de identificar o perfil e as características dos empreendedores sociais e comparar com o empreendedor de negócios, de acordo com a literatura, para conhecer as convergências e divergências de seus desafios e ações empreendidas no contexto social.

Os objetivos específicos são:

- Identificar o que é ser um empreendedor social;
- Levantar as similaridades e divergências em relação a outros empreendedores;
- Conhecer o que leva uma pessoa a se tornar um empreendedor social e identificar quais são suas motivações e interesses;
- Levantar as principais características do empreendedor social e comparar com as características do empreendedor de negócio.

3. Revisão de Literatura

3.1 Perspectivas sociais, econômicas e ambientais

O final do século XX foi marcado por profundas transformações na vida social, política e econômica em todo o mundo. A sobrevivência das organizações em tempos de competição acirrada não é produto apenas das suas atividades econômicas, mas sim do balanceamento de suas ações nas esferas econômica, social e ambiental. Significa romper paradigmas, levando a construção de uma nova forma de fazer negócios.

O desemprego aumentou, governos caíram e as guerras se multiplicaram. Ao mesmo tempo observamos uma crescente preocupação da sociedade global com os assuntos relacionados à inclusão e exclusão social (LIBERMAN, 2004).

A melhoria do nível educacional da sociedade e o surgimento de um público consumidor mais informado e exigente têm feito aumentar a pressão da sociedade sobre as ações das organizações, o que as têm levado a mudarem sua postura, buscando uma forma de atuação mais responsável (ALMEIDA, 2002).

Esse cenário tem sido favorável ao aparecimento de um número cada vez maior de organizações de cunho alternativo. A sociedade civil, organizada por meio das entidades sem fins lucrativos, tem se organizado no sentido de suprir as necessidades coletivas.

Embora as organizações em um sistema capitalista sejam as responsáveis finais pela questão do desenvolvimento sustentável, estas só terão sucesso em suas estratégias se discutirem seus impactos com os *stakeholders* (ALMEIDA, 2002). Sem a ênfase no crescimento e desenvolvimento sustentável, as organizações e países não conseguirão se manter ao longo do tempo (ROSSI *et al.*, 2000).

3.2 Empreendedorismo e empreendedor: conceitos e definições

As pesquisas de empreendedorismo e, por conseqüência de empreendedores, adquiriam um caráter enigmático, de acordo com Falcone e Osbone (2005), por serem caracterizadas como multidisciplinares, multinacionais, extensas e de difícil compreensão.

A palavra “empreendedor” tem um significado muito amplo. Hisrich e Peters (2004) investigaram a origem do termo empreendedor, oriunda da língua francesa – *entrepreneur* significa “aquele que esta entre”, ou “intermediário”. Observaram que o significado é atribuído àqueles que assumem riscos e começa de novo. Os autores afirmam que a própria evolução do conceito é marcada por diferentes pontos de vista, identificando personagens como exemplo de empreendedor – Marco Pólo, o mercador italiano que estabeleceu rotas comerciais com o oriente; empreendedores da Idade Média identificados na figura da pessoa encarregada de projetos de produção em larga escala; os clérigos responsáveis pela construção de castelos, abadias e catedrais, dentre outros.

Segundo Filion (1997), o verdadeiro empreendedor é aquela pessoa que imagina, desenvolve e realiza suas idéias e visões. Seguindo o raciocínio do autor pode-se entender o empreendedorismo como o estudo da natureza comportamental do ser humano enfrentando seus desafios.

O mesmo autor observa que diferentes cientistas como, por exemplo, economistas, sociólogos, historiadores, psicólogos, especialistas de ciências do comportamento ou de ciências da gestão tem se dedicado para entender o empreendedor visto como um fenômeno social e contemporâneo.

3.3 Empreendedorismo e empreendedores de negócios

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae (2007) concluiu que os empreendedores de negócio têm como características a busca de oportunidade e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, disposição para correr riscos calculados, estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos, independência e auto-confiança.

Outras características foram encontradas na pesquisa realizada por Neto (2004) para esse tipo de empreendedor, tais como saber planejar, definir metas e buscar atingi-las, saber monitorar a atividade constantemente, manter redes de contato, saber negociar, saber delegar, saber tomar decisões e mudar de estratégia, saber formar equipes e motivá-las, saber reconhecer seus próprios limites, relacionar-se bem com seus empregados, ser polivalente e manter rígido controle financeiro sobre a empresa.

Para Dornelas (2001), o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, alguns pessoais que somados as características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa, ou seja, de uma idéia surge uma inovação. Estes empreendedores de sucesso são visionários, reflete como será seu negócio e sua vida, tem habilidades para implementar seus sonhos. Sabem tomar decisões na hora certa e implementam rapidamente. Identificam oportunidades na ordem presente. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivações singulares, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.

Hisrich & Peters (2004), afirmam que muitos empreendedores tiveram pais também empreendedores, isso demonstra que a influência familiar faz parte da decisão e conhecimento do empreendedor. Os empreendedores se apaixonam pelo negócio e sacrificam tudo para garantir sobrevivência, pois o empreendimento assume prioridade na vida do empreendedor se tornando uma fonte de auto-estima.

Os empreendedores de negócios são motivados a partir de necessidades de auto-realização na medida em que: possuem orientação para realização; procuram recompensa e realização; têm persistência em vencer desafios; demonstram controle e conhecimento; e procuram relacionamento com os demais (BENEDETTI et al., 2005).

Segundo Filion (1997), os empreendedores são pessoas criativas, que têm metas estabelecidas, estão sempre em busca de conhecimento e aprendizagem, conseguem desenvolver suas habilidades, assumem riscos moderados, possuem idéias inovadoras, imaginam e realizam suas visões.

A existência de empreendedores é condição básica para o surgimento de novos empreendimentos. Estes são os agentes responsáveis pelo desencadeamento e condução do processo de criação de unidades produtivas, pois através de suas ações inovam e desenvolvem o universo empresarial permitindo, que o fluxo e desenvolvimento da economia seja catalisado (COSTA, 2007).

3.4 Empreendedorismo e empreendedores sociais

O termo empreendedorismo social é novo, porém o fenômeno já é muito antigo. Alguns empreendedores sociais muito conhecidos são: Mahatma Gandhi, Nelson Mandela, Madre Teresa de Calcutá, Herbert de Souza, entre outros.

O empreendedorismo social é, antes de tudo, uma ação inovadora voltada para o campo social, que procura elaborar uma alternativa de enfrentamento para uma situação-problema local. Apresentar algumas características fundamentais, entre elas: ser inovadora, realizável, auto-sustentável, envolver várias pessoas e segmentos da sociedade (principalmente a população atendida), provocar impacto social e permitir que seus resultados possam ser avaliados (OLIVEIRA, 2004).

Além disso, o empreendedorismo social faz contraponto às ações do governo e ao mercado, já que há participação da sociedade como um todo, sem diferenciação do nível social; a participação popular é feita através do voluntariado; projetam uma visão integrada da vida pública; os elementos que a compõem possuem um sentido maior; apresentam um novo modelo de gestão baseado na cidadania, transparência e no caráter público de suas atividades (BRASIL & PIMENTA, 2006).

O empreendedorismo social surge da derivação das práticas do empreendedorismo empresarial clássico, porém com formas e valores diferenciados. Algumas forças globais tais como a revolução tecnológica, revolução de mercado, revolução na demografia e no desenvolvimento e a revolução de valores têm trazido a tona outras questões para o processo de gestão empresarial, tais como: ecologia e meio-ambiente, diversidade, bem-estar, direitos

humanos, que encontram no paradigma do empreendedorismo social sua ferramenta principal (OLIVEIRA, 2004).

Porém, de acordo com o autor, o empreendedorismo social depende de um fator fundamental que é o capital social, conceito que designa a capacidade de articulação coletiva de uma determinada sociedade, baseada numa visão coletiva e de interesses comunitários. Isso faz com que o desenvolvimento do empreendedorismo social no Brasil encontre novos desafios, derivado de velhos problemas, como a pobreza estrutural e política. Desta forma, todos os *Stakeholders* devem ter uma visão mais ampla e aprofundada sobre as reais condições e desdobramentos que as ações de responsabilidade social empresarial em geral e das ações de empreendedorismo social, em específico podem de fato acarretar para nossa sociedade, pois o preferível é uma ação criativa e transformadora, que produza capital social e que estimule ações socialmente empreendedoras a fim de gerar o desenvolvimento humano e a emancipação social, principalmente daqueles que são alvo das ações e dos projetos de gestão social.

Segundo Ferreira (2004) a função do empreendedor social é reconhecer quando uma parte da sociedade está bloqueada e fornecer novos modos de a desbloquear. Ele identifica o que não está funcionando e modifica o sistema, difundindo a solução e convencendo sociedades inteiras a darem novos saltos. Os empreendedores sociais não se contentam apenas em darem o peixe ou ensinarem a pescar. Eles não descansarão enquanto não revolucionarem a indústria da pesca.

O empreendedorismo social não é simples, mas é uma via promissora da renovação da intervenção social, das oportunidades do mercado de trabalho, da criação de formas alternativas de produção econômica e de participação social e democrática.

3.5 Empreendedores de negócios e empreendedores sociais: Convergências e Divergências

Esses dois tipos de empreendedores podem apresentar diferenças significativas, com convergências e divergências em relação aos interesses e às motivações pessoais, aos objetivos almejados por eles.

De acordo com Melo Neto e Froes apud Oliveira (2004), o empreendedorismo de negócio se caracteriza por ser individual, produzir bens e serviços, ter foco no mercado, ter o lucro como medida de desempenho, satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio. E o empreendedorismo social é coletivo, produz bens e serviços à comunidade, tem foco na busca de soluções para os problemas sociais, sua medida de desempenho é o impacto social e visa respeitar as pessoas em situação de risco social e promovê-las.

Segundo Ashoka Empreendedores Sociais e Mackisey e Cia. INC (2001) apud Oliveira (2004), os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o improviso.

Diversas características que podem ser atribuídas especificamente aos empreendedores sociais, entre elas a capacidade de ser visionário, ter senso de solidariedade, ser sensível aos problemas sociais, ser inconformado com a injustiça e a desigualdade, ser comprometido, ser leal e ser ético. Também encontrou diversas características que são comuns aos empreendedores sociais e de negócios, tais como, saber aproveitar as oportunidades, ter

competência gerencial, ter iniciativa, ser criativo, ser persistente, ser competente, saber correr riscos calculados, entre outras (OLIVEIRA, 2004).

Para Thalhuber (1998) tanto os empreendedores sociais, como os empresariais, criam demanda, obtendo recursos e convertendo idéias em produtos e serviços, além de serem orientados à ação e focados na realidade. Ambos enfrentam o problema de como administrar a demanda, como adquirir recursos para concretizar seus projetos tem o desafio de converter suas idéias em produtos e em serviços.

Conclui o autor que os empreendedores sociais parecem combinar o melhor dos dois mundos. Eles sintetizam o foco, com a orientação necessária nos resultados para ter sucesso no mundo dos negócios, com a abnegação, a paixão e a humanidade que dirigem os ativistas sociais.

4. Metodologia

O método utilizado foi o qualitativo e, considerando a natureza e objetivo deste trabalho, foi utilizada a pesquisa exploratória. O que justifica a sua utilização é o fato de que esta pesquisa se propõe a estudar as características de uma determinada população, mais especificamente, empreendedores sociais de São Paulo a partir de informações fornecidas por elas próprias.

Essa pesquisa foi realizada na grande São Paulo, junto a empreendedores sociais identificados pelos trabalhos que vem desenvolvendo. A fonte de consulta para tal identificação foi a Ashoka, que é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no trabalho e apoio aos empreendedores sociais. Esta instituição está localizada, no Brasil, na cidade de São Paulo, no bairro de Pinheiros.

A escolha dos participantes da pesquisa foi por acessibilidade, conforme contato estabelecido com a instituição. Uma relação de empreendedores foi disponibilizada e os contatos foram efetuados, convidando aqueles que se colocaram disponíveis para participar.

Foram entrevistados quatro empreendedores sociais, tendo em vista que a pesquisa é de natureza qualitativa e, segundo Godoy (1998), a quantidade de participantes tem relevância secundária em relação à profundidade que demanda uma pesquisa dessa natureza.

Essa pesquisa foi desenvolvida por meio de entrevista com um roteiro semi-estruturado.

Os resultados desta pesquisa foram tratados, analisados e interpretados segundo a técnica da análise de conteúdo, visando extrair os momentos mais importantes das entrevistas utilizando-se de teorias relevantes para sustentar as descobertas.

5. Análise dos Resultados

Os resultados foram analisados a luz da análise de conteúdo e, após a leitura das respostas emitidas pelos respondentes organizou-se o conteúdo em sete categorias, sendo elas: Motivações para Empreender Socialmente; Direcionamento dos Esforços dos Empreendedores Sociais; Satisfações e Prazeres do Processo de Empreender; Equilíbrio entre Vida Pessoal e Profissional; Características Pessoais Importantes; Características do Empreendedor; e Convergência e Divergências entre Empreendedores Sociais e de Negócios.

5.1 Contextualização das Organizações

Inicialmente apresenta-se a contextualização das organizações onde os empreendedores sociais entrevistados atuam, e para preservá-los serão nominados: Empreendedor 1, Empreendedor 2, Empreendedor 3 e Empreendedor 4.

O Empreendedor 1 é idealizador e fundador de um projeto que tem como foco a educação pelo esporte. O projeto teve início em 2008, conta com 450 crianças e adolescentes entre 10 e 16 anos, alunos de escolas públicas do município de São Paulo.

O Empreendedor 2 é líder de uma organização que cuida de crianças portadoras do vírus HIV. A organização atua no município de Suzano e atua na arrecadação de alimentos, roupas, utensílios de higiene pessoal e remédios.

O Empreendedor 3 é membro diretivo e coordenador de um dos projetos sociais de uma instituição que atua no município de São Paulo, que, através de ações sociais, procura aumentar os recursos de crianças, jovens, gestantes e famílias da comunidade.

O Empreendedor 4 atua em uma organização que tem como meta garantir o direito humano à comunicação. A organização surgiu em 2002 e atua em diversos estados brasileiros, sempre com o objetivo de garantir a democratização da comunicação.

5.2 Categorias de Respostas

Através das respostas advindas da coleta de dados, foram identificadas sete categorias.

5.2.1 Motivações para empreender socialmente

Essa categoria reúne informações sobre o que motiva os empreendedores sociais a iniciar ou comandar as organizações.

As principais motivações encontradas foram:

- Tornar acessível para as camadas carentes da população coisas que para eles são quase inatingíveis;
- Promover ações que tenham o máximo de retorno social;
- Desejo de ajudar;
- Seguir ideais;
- Lutar pela democratização de alguns meios que são dominados por poucos;

Os trechos a seguir, retirados das entrevistas, ilustram essas motivações:

"...acho que elas viam no pólo aquático algo longe, quase inatingível, e me fizeram buscar uma forma de tornar acessível para camadas carentes, um esporte que é caracterizado pelo elitismo" (Empreendedor 1).

"Depois da primeira vez que visitei o instituto Viva a Vida, cresceu dentro de mim um desejo em ajudar aquelas crianças" (Empreendedor 2).

"Quis seguir o ideal de mãe Doca após o seu desencarne e dar andamento nas ações sociais iniciadas por ela" (Empreendedor 3).

"...nasceu da vontade de um grupo de pessoas que já tinham militado no movimento estudantil e já eram formados, mas consideraram importante seguir lutando para democratização da comunicação" (Empreendedor 4).

É possível constatar através da literatura que os motivadores dos empreendedores de negócios são diferentes dos encontrados através das entrevistas nos empreendedores sociais. De acordo com Dornellas (2001), os empreendedores de negócios possuem motivações singulares, são apaixonados pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidos e admirados, referenciados e imitados, querem deixar um legado. Já para Benedetti et al.(2005), os empreendedores de negócios são motivados a partir de necessidades de auto-realização na medida em que: possuem orientação para realização; procuram recompensa e realização; têm persistência em vencer desafios; demonstram controle e conhecimento; e procuram relacionamento com os demais.

5.2.2 Direcionamento dos Esforços dos Empreendedores Sociais

Todos os empreendedores entrevistados citaram que procuram sempre seguir as metas e objetivos traçados, sendo esse o principal direcionamento para realização do trabalho. Isso pode ser observado nos trechos das entrevistas mostrados a seguir:

"Foco sempre os objetivos, nunca os perder de vista. Como falamos de educação, o processo é tão importante quanto os resultados" (Empreendedor 1).

"As metas da organização são estabelecidas em reuniões mensais e eu, como líder, distribuo as tarefas, organizo as campanhas e faço os contatos entre a nossa instituição e as organizações que necessitam de nossa ajuda" (Empreendedor 2).

"A diretoria da casa estabelece as metas, tomamos as decisões em reuniões mensais. Meu direcionamento depende muito das metas que traçamos" (Empreendedor 3).

"A definição dos objetivos e o planejamento das ações e estratégias são feitos de forma coletiva por todos os associados e associadas" (Empreendedor 4).

Na literatura encontramos direcionamentos dos empreendedores de negócios muito parecidos aos encontrados nas entrevistas dos empreendedores sociais. Neto (2004) cita que para os empreendedores de negócios é muito importante saber planejar, definir metas e buscar atingi-las, além de saber monitorar a atividade constantemente. Para Fillion (1997), os empreendedores são pessoas que têm metas estabelecidas.

5.2.3 Satisfações e prazeres do processo de empreender

Essa categoria procura mostrar o que dá mais satisfação e prazer para os empreendedores sociais no processo de empreender socialmente. A seguir estão os principais itens encontrados através da análise das entrevistas:

- Perceber transformação nas pessoas;
- Conquistas de cada um dos envolvidos;
- Aprender a valorizar o próximo;
- Ajudar as pessoas;
- Visualização de resultados concretos;

As falas dos entrevistados mostradas a seguir demonstram os pontos encontrados:

"O que mais me satisfaz é perceber a transformação das pessoas, seja do nosso corpo docente, sejam os alunos do projeto; as suas conquistas, por menor que sejam e seu envolvimento com os trabalhos e atividades" (Empreendedor 1).

"O maior prazer em estar à frente da organização está quando conseguimos alcançar um sorriso de cada criança, a vida só tem valor quando aprendemos a valorizar o próximo" (Empreendedor 2).

"O prazer de poder ajudar as pessoas envolvidas em nossos projetos, mesmo sendo uma pequena ajuda perto dos problemas" (Empreendedor 3).

"O tipo de trabalho que desenvolvo me dá muita satisfação, pois me permite ver os resultados concretos das ações que empreendemos" (Empreendedor 4).

Como pode ser constatado na literatura as satisfações e prazeres do processo de empreender dos empreendedores sociais e de negócios são muito distintos já que os objetivos desses empreendedores também são muito diferentes.

De acordo com Melo Neto e Froes apud Oliveira (2004), o empreendedorismo de negócio se caracteriza por ser individual, produzir bens e serviços, ter foco no mercado, ter o lucro como medida de desempenho, satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio. E o empreendedorismo social é coletivo, produz bens e serviços à comunidade, tem foco na busca de soluções para os problemas sociais, sua medida de desempenho é o impacto social e visa respeitar as pessoas em situação de risco social e promovê-las.

5.2.4 Equilíbrio entre Vida Pessoal e Profissional

O equilíbrio entre a vida pessoal e profissional é o tempo e atenção dedicada a cada uma dessas esferas da vida dos empreendedores, como eles lidam com essa questão e o que consideram mais importante, a vida pessoal ou realização profissional.

A maioria dos empreendedores sociais entrevistados disse conseguir conciliar bem a vida pessoal e profissional, todos disseram considerar as duas coisas importantes. Apenas um entrevistado disse ter dificuldade de se dedicar a vida pessoal pelo excesso de tempo dedicado ao trabalho, como mostram as frases retiradas das entrevistas que aparecer a seguir:

"Procuro encontrar um equilíbrio, abrindo sempre espaço para as duas. Minha vida pessoal andar bem se a profissional estiver bem e vice versa" (Empreendedor 1).

"Considero sem sombra de dúvida a vida pessoal acima da vida profissional. Acredito que ambas são importantes e que uma esta ligada à outra, mas quando invertemos a ordem sofremos as conseqüências na família" (Empreendedor 2).

"Trabalho durante o dia e à noite dou atenção para minha esposa e meu filho. O mais importante é que tudo é feito com muito prazer, tanto o meu trabalho como estar com a minha família" (Empreendedor 3).

"Acho difícil de conciliar. Direto me vejo sentindo falta de tempo para minha vida pessoal, já que o trabalho ocupa a imensa parte do meu tempo. Vejo como um problema... Acho que as coisas vão se equilibrar de um jeito melhor com o tempo. Pra mim, as duas coisas são importantes. Não me vejo feliz pessoalmente sem estar realizada profissionalmente também" (Empreendedor 4).

Hisrich & Peters (2004) afirmam que os empreendedores de negócio se apaixonam pelo negócio e sacrificam tudo para garantir sobrevivência, pois o empreendimento assume prioridade na vida do empreendedor se tornando uma fonte de auto-estima. Isso indica que o

empreendedor de negócio prioriza a vida profissional, diferente dos empreendedores sociais entrevistados nesse trabalho que procuram conciliar vida pessoal e profissional.

5.2.5 Características pessoais importantes

Aqui se procura ilustrar o que os empreendedores sociais valorizam nas pessoas com quem trabalham e convivem e como vêm a si mesmo, quais são suas próprias características pessoais. Primeiro serão as características que eles consideram mais importantes nas pessoas com quem trabalham e convivem no dia a dia, são elas:

- Consciência de si mesmo;
- Consciência de seu papel na sociedade;
- Valores e princípios sólidos;
- Amar o ser humano;
- Empatia;
- Carinho;
- Dedicção;
- Saber trabalhar em equipe;
- Espírito de coletividade;
- Confiabilidade;
- Companheirismo;
- Flexibilidade.

Essas foram as características citadas pelos empreendedores sociais como as que mais valorizam nas pessoas. Nos trechos retirados das entrevistas isso aparece com bastante clareza:

"Consciência de si, de sua profissão, da importância de ser educador, do seu papel na sociedade, dos seus valores e princípios" (Empreendedor 1).

"A principal característica é amar o ser humano e ter o senso de empatia" (Empreendedor 2).

"Carinho e dedicação que são as características que movem os nossos ideais e são as que considero mais importantes para pessoas que trabalham ao meu lado" (Empreendedor 3).

"Para trabalhar em equipe, é preciso ter, antes de tudo, compromisso com a construção coletiva das decisões. O compromisso com os objetivos da organização também é fundamental. Valorizo as pessoas que demonstram ser confiáveis, companheiras, flexíveis, sensatas e dedicadas ao trabalho" (Empreendedor 4).

Apesar da literatura pesquisada não citar especificamente essa categoria, ou seja, não cita diretamente quais características os empreendedores de negócios valorizam nas outras pessoas, Neto (2004) cita que esse tipo de empreendedor considera importante manter redes de contato, saber delegar, saber formar equipes e motivá-las e relacionar-se bem com seus empregados. Essas características pessoais dos empreendedores de negócios podem indicar que também valorizam características citadas pelos empreendedores sociais como: dedicação, saber trabalhar em equipe, confiabilidade e flexibilidade.

As características pessoais dos empreendedores, seu jeito de ser e de ver o mundo, citadas por eles mesmos são as seguintes:

- Determinado;

- Disciplinado;
- Exigente;
- Questionador;
- Paciente;
- Ambiciosos;
- Idealista;
- Sempre em busca de conhecimento;
- Extrovertido;
- Dedicado;
- Responsável;
- Altruísta;
- De fácil relacionamento.

A seguir os trechos das entrevistas onde essas características pessoais são citadas:

"Sou determinado, disciplinado, exigente, profundo e intenso nas escolhas que faço. Também me considero questionador, paciente, ambicioso e idealista" (Empreendedor 1).

"...sempre busco conhecimento e não tenho medo do futuro, não sou ansioso, durmo tranquilo, não tenho vícios e acredito em Deus" (Empreendedor 2).

"Sou bastante extrovertido, faço amizades com muita facilidade, sou muito disciplinado, quando pego para fazer algo, seja no trabalho, em casa ou nos voluntariados, levo muito a sério" (Empreendedor 3).

"Me considero uma pessoa responsável com o mundo e com as ações que proponho desenvolver. Não costumo me envolver em processos e desistir no meio do caminho. Acredito que poderíamos ter uma sociedade muito mais justa e democrática se as pessoas não fossem indiferentes ao outro. Por causa disso, muitos me consideram uma pessoa altruísta, que se entrega demais às causas coletivas... priorizo muito minhas relações..." (Empreendedor 4).

Para Fillion (1997), os empreendedores de negócios são pessoas criativas, estão sempre em busca de conhecimento e aprendizagem, conseguem desenvolver suas habilidades, assumem riscos moderados, possuem idéias inovadoras, imaginam e realizam suas visões.

Oliveira (2004) encontrou diversas características que podem ser atribuídas especificamente aos empreendedores sociais, entre elas a capacidade de ser visionário, ter senso de solidariedade, ser sensível aos problemas sociais, ser inconformado com a injustiça e a desigualdade, ser comprometido, ser leal e ser ético. Várias delas também encontradas nesse trabalho. O mesmo autor destaca que algumas características são comuns aos empreendedores sociais e de negócios, tais como, saber aproveitar as oportunidades, ter competência gerencial, ter iniciativa, ser criativo, ser persistente, ser competente, saber correr riscos calculados, entre outras.

5.2.6 Características do Empreendedor

Aqui aparecem quais características os empreendedores de negócios consideram mais importantes para ser um empreendedor. São elas:

- Capacidade de colocar uma idéia em prática;

- Capacidade de quebrar paradigmas;
- Liderança;
- Inconformado com a injustiça social;
- Capacidade para identificar as expectativas dos clientes;
- Dedicção;
- Disciplina;
- Compromisso com a transformação;
- Ética;
- Caráter.

Diversas características foram citadas pelos entrevistados a respeito dos empreendedores, algumas voltadas especificamente para empreendedores sociais e outras para empreendedores de maneira geral:

"Empreendedor é aquele que além da idéia, ou de assimilar alguma idéia, consegue colocá-la em prática. Aquele que quebra paradigmas. Aquele capaz de liderar, principalmente, a si próprio" (Empreendedor 1).

"O empreendedor é um líder, é um inconformado com a injustiça social, é um amigo dos fracos" (Empreendedor 2).

"É aquele que procura saber quais são as expectativas do cliente e se dedicar ao máximo para atendê-las. A principal característica é ser disciplinado" (Empreendedor 3).

"Um empreendedor é uma pessoa que deseja produzir transformações concretas na realidade ao seu redor. Pode ser dentro de uma comunidade ou em todo um país. É uma pessoa que consegue, com o seu trabalho, colocar este desejo em prática. Um empreendedor precisa ter um conjunto de práticas, de ações, precisa ter ética e caráter, e compromisso com a transformação que deseja promover" (Empreendedor 4).

Na literatura encontramos diversas características relacionadas aos empreendedores, para Dornelas (2001), empreendedores de sucesso são visionários, reflete como será seu negócio e sua vida, tem habilidades para implementar seus sonhos. Sabem tomar decisões na hora certa e implementam rapidamente. Identificam oportunidades na ordem presente.

Para Thalhuber (1998) tanto os empreendedores sociais, como os empresariais, criam demanda, obtendo recursos e convertendo idéias em produtos e serviços, além de serem orientados à ação e focados na realidade.

5.2.7 Convergências e Divergências entre Empreendedores Sociais e de Negócios

Levando em conta o objetivo principal do trabalho, que é identificar as semelhanças e diferenças entre empreendedores sociais e de negócios, os entrevistados foram questionados sobre as diferenças entre os dois tipos de empreendedores. Foram obtidas as seguintes respostas:

"O 2º e o 3º setores estão cada vez mais próximos e essa proximidade será condição para a gente existir. Um novo setor está se formando, entre o 2º e o 3º, aquele que atende ao social, mas não deixa de visar o lucro. Entendo que o investimento do

empreendedor social visa retorno social, esse é seu objetivo principal, os demais retornos são consequência. O oposto acontece como o de negócios, que traz o lucro como objetivo principal e o retorno social vem como consequência" (Empreendedor 1).

"O empreendedor de negócio visa lucro, o social visa vidas" (Empreendedor 2).

"Acho que não deveria existir, mas infelizmente, ainda encontramos pessoas pouco comprometidas gerindo projetos sociais. Por outro lado, a maioria dos empreendedores é dedicada (Empreendedor 3).

"A diferença é muito clara: um empreendedor de negócios usa suas idéias e seu trabalho para o fortalecimento do seu negócio, da sua empresa, visando lucros econômicos. O empreendedor social não tem a renda como objetivo, muito menos seus interesses pessoais. Ele age de forma a transformar o mundo para aqueles que mais precisam" (Empreendedor 4).

Todos os entrevistados citaram como principal diferença o objetivo fim de cada um, que, no caso dos empreendedores de negócios é o lucro e dos empreendedores sociais é o retorno social.

Além dessas divergências entre esses dois tipos de empreendedores também encontra-se na literatura - NETO (2004); OLIVEIRA (2004); THALHUBER (1998) - diversas convergências, principalmente em relação a características pessoais.

6. Conclusão

Essa pesquisa teve como objetivo identificar as características dos empreendedores sociais e empreendedores de negócios e analisar as possíveis divergências e convergências entre os dois.

Ainda não é possível encontrar na literatura análises aprofundadas a respeito dos empreendedores sociais e das diferenças entre esses empreendedores e os de negócio. Dessa forma, procurou-se levantar os principais estudos sobre o tema para obtenção de conceitos sobre os empreendedores de negócios e sociais, assim como as características de cada um deles.

Através da análise qualitativa das entrevistas com empreendedores sociais e da comparação com análises sobre empreendedores de negócios encontradas na literatura foi possível comparar os resultados encontrados com as pesquisas dos principais autores que abordam esse tema.

As respostas provenientes das entrevistas foram divididas em sete categorias para facilitar a análise dos resultados. Pode-se notar que as respostas dos entrevistados eram, na maioria das vezes, bastante similares, o que já era esperado devido ao número reduzido da amostra.

O resultado da pesquisa foi bastante positivo sendo possível comparar de forma bastante objetiva as semelhanças e diferenças entre os empreendedores sociais e de negócio. As principais convergências encontradas foram no que diz respeito ao direcionamento dos esforços no ato de empreender, onde concluiu-se que ambos têm objetivos bastante claros e seus esforços concentram-se basicamente no cumprimento de suas metas e alcançar os objetivos. Além disso, é possível observar bastante semelhança nas características necessárias

para ser um empreendedor e nas características que os empreendedores buscam nas pessoas com quem trabalham e convivem.

Já as diferenças podem ser observadas no objetivo fim de cada um desses tipos de empreendedores, já que o empreendedor de negócio visa lucro e o empreendedor social busca transformação social. Devido a essa diferença de objetivos nota-se também divergência na motivação e no que causa prazer e satisfação no processo de empreender. Além disso, os empreendedores sociais mostraram-se mais preocupados em equilibrar a vida pessoal e profissional.

Nota-se uma carência de estudos brasileiros relacionados a esse assunto, principalmente no que se relaciona ao empreendedorismo social. Com o crescimento do terceiro setor e de atividades ligadas a melhoria das condições sociais e diminuição da desigualdade faz-se necessário ampliar o número de pesquisas a esse respeito.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Fernando. O bom negócio da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70 Ltda., 1977.

BENEDETTI, GUARDANI, CARVALHO, DAROS, BIZARRI. As necessidades de auto-realização e a motivação do empreendedor: uma análise de empreendedores de micro e pequenas empresas na região de Barueri, 2005.

BRASIL, E. R.; PIMENTA, S. M. Gestores e competências organizacionais no terceiro setor em Itabira – MG. 2006.

COSTA, Denise Pires Basto. Empreendedorismo social e cidadania nas instituições de ensino superior – Um estudo de caso na Faculdade Integrada do Ceará. Disponível em: <http://www.inpeau.ufsc.br/ivcoloquio/anais/completos/Denise%20Pires%20Basto%20Costa%20-%20Empreendedorismo%20Social.doc>. Acesso em: 30 abr. 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo, transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001

FALCONE, T.; OSBORNE S. Entrepreneurship : a diverse concept in a diverse world. Anais: IberoAcademy. Academy of Management. Faculdade de Economia - Universidade Nova de Lisboa. Lisbon, Portugal - December, 8-11,2005.

FERREIRA, S. O que tem de especial o empreendedor social. O perfil de emprego do empresário social e Portugal. Faculdade de economia da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais, 2004.

FILION, L. From entrepreneurship to entreprenology. In: USASBE Annual National Conference – Entrepreneurship : The Engine of Global Economic Development, 1997, San Francisco. Proceedings. Disponível em : <<http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1997/p207Filion.pdf>>. Acesso em : 06 jan. 2006.

GODOY, A. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. RAE- Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.35, no.2, 1998.

HISRICH , R.; PETERS, M. Empreendedorismo. 5a. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2004.

LIBERMAN, Vitor. Empreendedorismo social: um processo em construção. Estudo de caso de três empresas gaúchas. 2004. Dissertação (Mestrado) – UFRGS, Escola de Administração, Programa de Pós-graduação em Administração. Porto Alegre, 2004.

NETO, Giuseppe Hilário. Diagnóstico e análise do perfil do empreendedor joseense. 2004. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Taubaté, Taubaté, 2004. Disponível em: [http://www .unitau.br/prppg/cursos/ppga/mestrado/2003/hilario_neto-giuseppe.pdf](http://www.unitau.br/prppg/cursos/ppga/mestrado/2003/hilario_neto-giuseppe.pdf). Acesso em: 5 mai. 2007.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. Revista da FAE, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.

ROSSI, M. S.; BROWN ,H. S.; BAAS, L. W. Leaders in sustainable development: how agents of change define the agenda. Business Strategy and the Environment;; v.9, n.5; Sep/Oct 2000, p. 273-286.

SEBRAE. Características de comportamento empreendedor. Disponível em: [http://www.ce .sebrae.com.br/paginas/informacoesempresariais/perfil_1.php](http://www.ce.sebrae.com.br/paginas/informacoesempresariais/perfil_1.php). Acesso em: 04 mai. 2007.

THALHUBER, Jim. (1998). The definition of a social entrepreneur” found on National Centre for Social Entrepreneurs. Disponível no site <www.socialentrepreneurs.org> acesso em 05/10/2007.