

CENTRO UNIVERSITÁRIO MÁRIO PALMÉRIO- UNIFUCAMP

ADMINISTRAÇÃO

DIEGO MENDONÇA RODRIGUES

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO
ACERCA DO SEU IMPACTO NA SOCIEDADE.**

MONTE CARMELO - MG

2020

DIEGO MENDONÇA RODRIGUES

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO
ACERCA DO SEU IMPACTO NA SOCIEDADE.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade do Centro Universitário Mário Palmério – UNIFUCAMP, Como requisito parcial exigido para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Simone Teles da Silva Costa.

MONTE CARMELO - MG

2020

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO ACERCA DO SEU IMPACTO NA SOCIEDADE.

RESUMO:

Este estudo se propõe a realizar um mapeamento da produção científica nacional dos últimos oito anos sobre empreendedorismo social no Brasil. O artigo tem como objetivo realizar uma análise sobre o processo de elaboração do empreendimento social, no qual se inicia com a análise do problema até a implantação do projeto em questão. Especificamente, busca-se identificar de que forma o empreendedorismo social gera valor que influencia a criação dos negócios sociais, como ocorreu a criação do empreendimento social, objetivos gerados, os projetos desenvolvidos e as dificuldades encontradas durante todo o processo. A metodologia utilizada foi através da pesquisa bibliométrica. Utilizou-se para tanto referencial disponível em artigos e livros a respeito do tema. As principais dificuldades encontradas pelos empreendedores sociais durante o processo de criação da organização estão relacionadas com a falta de recursos financeiros e de conhecimento. Dessa forma a pesquisa procurou apresentar resultados bastante significativos mostrando o quanto o empreendedor social exerce um papel de extrema importância em sua região de atuação.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo social; Impacto social; Inclusão social.

ABSTRACT:

This study proposes to map the national scientific production of the last eight years on social entrepreneurship in Brazil. The article aims to carry out an analysis on the process of elaboration of the social enterprise, in which it begins with the analysis of the problem until the implementation of the project in question. Specifically, it seeks to identify how social entrepreneurship generates value that influences the creation of social businesses, how the creation of the social enterprise occurred, the objectives generated, the projects developed and the difficulties encountered throughout the process. The methodology used was through bibliometric research. It was used for both referential available in articles and books about the theme. The main difficulties encountered by social entrepreneurs during the process of creating the organization are related to the lack of financial resources and knowledge. Thus, the research sought to present very significant results showing how much the social entrepreneur plays an extremely important role in his region of operation.

KEYWORDS: Social entrepreneurship; Social impact; Social inclusion.

1 INTRODUÇÃO

O tema sustentabilidade associado a uma forma de combater a desigualdade social vem sendo fortemente abordado ao longo dos últimos anos como forma de se criar um ambiente melhor para que todos possam viver. O empreendedorismo social surge com uma proposta de transformar a falta de acesso à educação, saúde, lazer e dentre muitos outros problemas que afetam a população em oportunidades melhores, dando assistência e trazendo resultados positivos (CARMONA; MATENS; DE FREITAS, 2020). Em tempos de crise, os empreendedores sociais procuram enxergar e arriscar na implantação de projetos que irão trazer benefícios à sociedade, não tendo como foco principal a geração de lucro, mas sim a solução do problema identificado (LENCINI, 2013).

O Brasil como em qualquer outro país, também foi marcado por momentos de desigualdade em sua história. Ainda existem problemas que são visíveis mesmo nos dias atuais que não puderam ser preenchidos com políticas eficientes. Analisar apenas o PIB (Produto Interno Bruto) não é suficiente para saber a amplitude em que se encontra o país (SILVA, MOURA E JUNQUEIRA 2015). Em determinadas regiões do apresentam problemas como de alimentação, educação, meio ambiente, entre outros. E, em momentos de crise se agravam ainda mais. Nesse âmbito surgem os empreendedores sociais, pessoas que buscam formas melhores de gerar oportunidades para os indivíduos de um determinado local. São pessoas que gostam de atuar na esfera social, criando produtos e serviços com o intuito de não só gerar renda para a comunidade, como a redução ou até mesmo o fim de problemas vividos naquela região (CARMONA; MATENS; DE FREITAS, 2020).

Um dos fatores que diferencia o empreendedorismo tradicional do empreendedorismo social está ligado a motivação. Enquanto o empreendedor comum, no qual grande parte da sociedade está acostumada a enxergar, tem como motivação o dinheiro como forma de crescimento dentro da sociedade, o empreendedor social busca como motivação justamente o prazer de gerar a mudança na sociedade (CARMONA; MATENS; DE FREITAS, 2020). Desta forma, contribui de forma positiva com o crescimento tanto social como econômico na região em que atua.

Nesse contexto, este estudo propõe como objetivo realizar o mapeamento da produção científica dos últimos oito anos sobre o tema Empreendedorismo social no Brasil e utilizou-se das palavras chaves: Empreendedorismo Social e Empresa Social, Empreendedorismo e Empreendedor social, Empreendedorismo e inclusão social, Empreendedorismo e Inovação social e Incubadora Social e Inovação Social. O levantamento

foi realizado com base nos dados do Google Acadêmico. Os principais aspectos analisados são a evolução da quantidade de publicações nos últimos anos, a titulação dos autores que se destacam tanto em número de publicações quanto de citações, o gênero dos autores.

Desse modo, pretende-se contribuir para o entendimento da evolução do tema em estudo.

Como objetivos específicos pretende-se descrever as características apresentadas pelos empreendedores sociais e como elas se diferem dos demais; analisar o impacto gerado pelo empreendedorismo social na sociedade; demonstrar como o empreendedorismo social vem crescendo no país; analisar os desafios enfrentados pelos empreendedores sociais durante a trajetória empreendedora.

Os resultados do trabalho serão de grande utilidade a alunos e professores da área do empreendedorismo procurando mostrar de que maneira a prática bem desenvolvida do empreendedorismo social pode gerar ao público no qual visa melhorar a qualidade de vida da região. A escolha do tema em questão se deu com o propósito de saber o quanto o empreendedorismo social vem a ser uma importante ferramenta de desenvolvimento social em comunidades de baixa renda onde a péssima administração pública afeta a qualidade de vida de todos ali presentes.

A metodologia utilizada foi por meio da pesquisa bibliométrica, de caráter teórico-descritiva no qual consiste em descrever as características de um fenômeno e registrar partir da utilização de técnicas padronizadas para realizar a coleta dos dados assumindo com isso a forma de levantamento (SILVA; MENEZES, 2004) de forma a realizar uma análise das publicações realizadas do tema sobre o empreendedorismo social. Assim, através das publicações feitas pelos estudiosos demonstrar através de suas pesquisas, ponto de vista sobre o tema estudado. Quanto à abordagem é classificada como quantitativa, que consiste em estudos caracterizados por ser um modelo onde o pesquisador inicia a partir de quadros tão bem elaborados, a partir de hipóteses formuladas por ele, sobre os fenômenos e situações que se pretende obter uma resposta, enfatizando números que possibilitam o pesquisador verificar a ocorrência ou não do fato em questão (DALFOVO; LANA; SILVEIRA, 2008).

O trabalho está estruturado da seguinte forma: na Introdução, que é a seção 1, apresenta-se o tema, sua importância, objetivos e o método de pesquisa utilizado; já a seção 2 apresenta o Referencial Teórico incluindo os principais conceitos utilizados na análise dos resultados; a seção 3 apresenta os Aspectos Metodológicos utilizados; na seção 4 são ilustrados os Resultados encontrados, incluindo o atendimento aos objetivos propostos; por

fim, a seção 5 traz as Considerações Finais sobre o trabalho, incluindo sugestões e recomendações à organização pesquisada e à Academia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção são abordadas informações relacionadas ao tema empreendedorismo social, desde sua definição e o processo de construção e desenvolvimento da temática, até a caracterização do empreendedorismo social, a partir das informações adquiridas, mostrando como o conceito de empreendedorismo social vem se desenvolvendo no Brasil.

2.1 O processo de construção do empreendedorismo social

A falta de atenção em criar medidas que possam solucionar os problemas apresentados na sociedade por parte do governo acaba como sendo um dos principais motivos que levam ao surgimento dessa modalidade de empreendedorismo (PARENTE, CRISTINA ET AL 2011). Apesar de recente, o tema empreendedorismo social vem sendo trabalhado há mais tempo que se possa imaginar. Pode se citar como exemplo de empreendedores sociais por suas capacidades de lideranças e inovação personalidades famosas como Gandhi e Luther King, segundo o autor Gregory Dess, o que hoje chamado de Empreendedorismo social tem sua origem a partir da era vitoriana tardia, localizada em meados do final do século XIX, período caracterizado pela ascensão do qual o historiador Gertrude Himmelfarb chamou de caridade científica, que diferente das demais, seria uma caridade mais sistemática e estratégica (OLIVEIRA, 2004).

Com isso o conceito de empreendedorismo social vem crescendo nos últimos tempos, mostrando-se de extrema importância para a economia e para o desenvolvimento de populações de baixa renda que tem pouco acesso à educação, cultura, saúde e outros benefícios os quais se tem direito e deveriam ser assegurados conforme a Carta Magna do Brasil. Adquirindo um destaque maior no mundo dos negócios, servindo de tema de estudo em instituições acadêmicas e introduzido como graduações em algumas instituições (BAGGENSTOSS; DONADONE, 2013). Assim, pode se considerar que hoje, os empreendedores possuem maior capacitação e fonte de conhecimento frente a resolução de seus problemas enfrentados, sendo por exemplo no momento da criação ou inovação de um produto, ou como foco deste artigo a solução de um problema de cunho social.

Em momentos de dificuldades existem pessoas que buscam a mudança e adquirem uma postura de agente transformador, procurando fazer a diferença na vida das pessoas (KRAEMER, 2017). Portanto, pessoas que procuram amenizar ou eliminar as dificuldades e as mazelas sociais, apresentam-se como um gênero de empreendedores com uma missão social (MARIANO; MAYER, 2014). Para Dornelas (2013), O empreendedor que exerce tal atividade tem como objetivo de vida, mudar o um mundo para melhor, fazendo isso a partir de causas beneficentes com comprometimento e força de vontade de fazer do mundo um lugar com mais oportunidades para todos. Buscando formas que o ajudarão a atingir seus objetivos, resgatando o que é seu de direito, não apenas porque foi definido por lei como também para a recuperação de sua dignidade (ITELVINO; et al, 2018). Pode – se considerar isso como a sua missão de vida, trazer igualdade a aqueles que foram deixados de lado.

Marques (2016) define empreendedorismo social como sendo um conjunto de ações com a finalidade de melhorar a qualidade de vida, enquanto busca ter um retorno social e financeiro, reduzindo as desigualdades sociais e econômicas por meio do empreendimento que pode atuar nos vários setores. Ou seja, busca-se oferecer uma melhor qualidade de vida e a redução das diferenças sociais.

De acordo com Santana e Souza (2015) o termo empreendedorismo social é marcado por duas correntes, as quais dizem respeito sobre a distribuição de dividendos. No primeiro caso, as empresas oferecem soluções para a população de baixa renda e seus dividendos não ficam com os sócios e sim são reinvestidos. Já no segundo caso, pode haver a distribuição dos dividendos e o foco são os problemas sociais que afetam a sociedade, sendo que nos dois casos a criação do negócio se dá para a sua capacidade de gerar impacto social. Contudo, detectam-se semelhanças entre os diversos conceitos apresentados, uma vez que o foco principal é o impacto social que ele gera na sociedade.

Nesse âmbito, pessoas que pretendem seguir o caminho empreendedor, destinado a criação de soluções, pode-se contar com uma gama de recursos que auxilia na escolha do problema ou na construção de métodos que a longo prazo tragam benefícios. Em seu estudo Bueno (2017) destaca que para a criação de um negócio de impacto social pode-se contar com as novas tecnologias e plataformas *on-line*, onde se dispõe de uma grande variedade de programas que podem ser usados como ferramentas de transformação.

As informações disponíveis pelas instituições podem ajudar na percepção de um problema e na tomada de uma atitude. De acordo com Bueno (2017), o empreendedor social conta com o apoio de diversas fontes como as redes de informações, para a criação de soluções que gerem um impacto social, e auxiliem na sua causa.

2.2 Desafios presentes na prática empreendedora

Durante a trajetória, o empreendedor social enfrenta desafios na hora de colocar em prática a sua ideia. Não raras vezes, após identificar um problema social, como o foco principal não é o lucro, encontram dificuldades em conseguirem recursos para manterem a sua ideia inicial. Segundo Leal, Freitas e Fontenele (2015) a limitação de recursos que as empresas sociais enfrentam é peculiar e de particular relevância para o estudo sobre a temática.

Enquanto a maioria das empresas operam em condições escassez de recursos, os empreendedores sociais enfrentam um conjunto específico de desafios, porque executam as suas atividades em áreas onde o mercado não funciona direito (KARKOTLI, 2004). Portanto, os desafios enfrentados por grande parte daqueles que almejam fazer a diferença na vida das pessoas que se encontram em uma situação menos privilegiada dos demais na sociedade, são bastante expressivos.

Como em outros países desenvolvidos que se tem o empreendedorismo social como forma de solução de problemas sociais, um dos desafios mais comuns enfrentados por todos é com relação aos recursos necessários para se colocar essa ideia em prática. De acordo com Gonçalves (2019), em se tratando do Brasil, um dos maiores desafios para o seu desenvolvimento é a captação de recursos, sendo necessária para a captação a disseminação de ideias e objetivos que, de certa forma, devem ser relevantes com um custo acessível analisando de forma clara os impactos e riscos. Durante o seu desenvolvimento é importante levar em conta todos os recursos necessários e quais os que estão mais facilmente ao alcance do empreendedor.

O empreendedorismo social não se encontra apenas ligado ao contexto social como se conhece. Sua forma de ligação pode se estender às formas de organização presentes em diversas empresas. Seu comportamento no ambiente social e empresarial, suas metodologias e o seu funcionamento se dá de forma diversa. Apesar de cada empresa atuar de uma forma diferente, elas possuem características semelhantes, sendo identificadas por não buscar o lucro financeiro (SILVA; OLIVEIRA, 2017).

Neste sentido, Costa (2017) ressalta que o empreendedor social atua também como uma forma de comunicação com as pessoas da região. Assim, sua forma de atuação vai além da simples criação de um negócio e sim a formação de métodos que geram melhores resultados na vida das pessoas. Negócios de impacto social apresentam vantagens, tanto para quem exerce como para quem está sendo beneficiado. Como vantagens, Oleski (2017) destaca

a adição de grupos menos favorecidos em ambientes produtivos, havendo melhora da qualidade de vida e gerando uma imagem melhor. Outro ponto é o encontro de talentos garantindo novas ideias que não tinham a devida atenção. E, por último, favorece a economia local com o acesso a bens e serviços, aumentando a empregabilidade local e o consumo de itens. Dessa forma, pode-se concluir que essa prática empreendedora causa um impacto geral, em todos os envolvidos.

2.3 As características do empreendedor social

O Brasil é caracterizado como o país no qual mais se empreende no mundo, grande parte da população hoje está vinculada a algum tipo de empreendimento, seja ele formal ou informal. Para abertura de uma empresa, requer por parte daqueles que desejam se aventurar algum tipo de motivação. Pode se apontar como algumas das fontes de motivação que levam à abertura de um negócio a motivação social, filantrópica e religiosa, fonte de renda complementar, uma atividade em que ele tenha autonomia, autoridade, condição para que se possa ter acesso a financiamentos e qualificação (BOSE; GODÓI-DE-SOUSA, 2012). Não apenas a realização pessoal pode ser considerada como motivação para que pessoas arrisquem para abrir um empreendimento, no empreendedorismo social pode se destacar a vontade de mudar a vida de alguém de forma positiva.

A seguir apresenta - se uma comparação entre o empreendedorismo empresarial e o empreendedorismo social. Como características do empreendedorismo tradicional ou empresarial pode se citar a Individualidade, Produção de bens e serviços no mercado, Foco no seu mercado de atuação, a medida de desempenho é o lucro e visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio. Já no lado social pode se citar como características a coletividade entre os empreendedores, produz bens e serviços para a comunidade, local e global, tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais e necessidades da comunidade. A medida de desempenho são os impactos e as transformações sociais e visa a resgatar pessoas da situação de risco social e a promovê-las, gerar capital social, inclusão e emancipação social (OLIVEIRA, 2004)

Ainda analisando a citação acima é possível ver as diferenças entre os dois tipos de empreendedores, tanto o empresarial como o social, apresentando as características de cada um. A forma como os dois atuam e qual o foco no mercado é descrito da seguinte maneira: O empreendedor empresarial tem a visão de que tudo o que pretende realizar pode fazer sozinho, no caso do empreendedor social ele tem consciência de que suas decisões devem se basear em

soluções de problemas para toda uma região, logo, precisam do apoio dos vários envolvidos (OLIVEIRA, 2004).

A seguir são apresentadas as características do perfil do empreendedor social. Na parte de conhecimento pode se citar o fato de saberem aproveitar as oportunidades, ter competência gerencial, serem pragmáticos e responsáveis e saberem trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais, na parte de habilidades é citado a sua visão clara, iniciativa, o seu equilíbrio, ser prestativo, trabalho em equipe, saber negociar, saber pensar e agir estrategicamente, ser perceptivo e atento aos detalhes, ser ágil, criativo, flexível, focados no que fazem, habilidosos, inovadores, inteligentes e objetivos, na parte de competência tem se sua persistência, senso de responsabilidade, são visionários, são competentes, saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas, correr riscos calculados, saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos, saber interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade, saber improvisar e ser líder e com relação a sua postura pode se citar o fato de inconformado e indignado com a injustiça e desigualdade, ser determinado, ser engajado, ser comprometido e leal, ser ético, ser profissional, ser transparente, ser apaixonado pelo que faz (campo social) (OLIVEIRA, 2004).

A partir da leitura e análise pode-se ver como é composto o perfil do empreendedor social e quais as características presentes em cada uma das quatro variáveis: conhecimentos, habilidades, competências e posturas. Mesmo que o empreendedor social não tenha exatamente todas elas, algumas delas se fazem presentes no perfil de cada um que atua no mercado.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção se inicia a apresentação da metodologia utilizada na pesquisa que apresenta as técnicas utilizadas para se obter os resultados. Segundo Fachin (1993) a pesquisa é um procedimento intelectual a partir da realização de uma investigação se busca novas verdades sobre um determinado assunto, trazendo conhecimentos específicos e resoluções do problema proposto.

De acordo com Prodanov e Freitas (2013) A pesquisa científica é a realização de um estudo planejado, por meio de métodos de investigação sobre um problema proposto. A metodologia foi então definida como o estudo e a avaliação dos vários métodos disponíveis para a identificação das limitações. Segundo Gil (2008, p. 28) a pesquisa exploratória é a que os pesquisadores dão maior atenção com a atuação prática.

Segundo Fernandes (2004) a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de um fenômeno específico, como por exemplo, as diversas variáveis envolvidas na produção de um produto. A pesquisa descritiva procura descobrir com precisão a frequência de um acontecimento e sua relação com outros (RAMPAZZO, 2002).

Para a elaboração desta pesquisa utilizou-se como instrumento de coleta de dados o levantamento bibliográfico em: livros, revistas científicas, sites, dissertações e teses, relacionados ao tema objeto do estudo. Para Severino (2007) a pesquisa bibliográfica é a que parte de registros em documentos impressos originais disponíveis de outras pesquisas, usando os dados já elaborados por outros autores anteriormente.

De acordo com Ruiz (2011) a pesquisa bibliográfica é o conjunto de informações escritas sobre um assunto por diversas áreas do estudo, descobertos ao longo da história, consistindo em uma ampla produção de conteúdos sobre o tema que assumimos no artigo.

Para Gil (2002) é uma técnica muito utilizada para a realização de pesquisas. Inicia com a comparação de diversos delineamentos de pesquisas onde se ressaltam as suas vantagens e desvantagens. Detalha nela as suas principais fontes para o estudo incluindo modelos.

A presente pesquisa também é caracterizada como descritiva que consiste segundo Triviños (1987) como um estudo que busca descrever um fenômeno na realidade, de modo que é usado para que o pesquisador conheça melhor sobre determinado tema e suas particularidades em geral. Quanto a abordagem é classificada como quantitativa, segundo Pinheiro (2009) a pesquisa quantitativa permite a coleta de dados a partir da adoção de um processo estruturado, sendo utilizado a tabulação dos dados coletados e tomando o resultado para a tomada de decisão. Enquanto Manzato e Santos (2012) explicam que é um método utilizado quando se quer fazer um levantamento sobre um tema em específico por meio de uma amostra que representa de forma estatística o tema da pesquisa, utilizando-se de ferramentas que possibilite a coleta dos dados. A bibliometria é uma técnica quantitativa de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico. No qual consiste em realizar um levantamento de dados a partir de um tema, utilizando critérios específicos na pesquisa, no qual as informações são estatisticamente tabuladas e apresentadas.

O trabalho propõe-se a realizar um mapeamento da produção científica dos anos de 2013 a 2020, utilizando as palavras-chave: Empreendedorismo Social e Empresa Social, Empreendedorismo e Empreendedor social, Empreendedorismo e inclusão social, Empreendedorismo e Inovação social e Incubadora Social e Inovação Social. A pesquisa

ocorreu na base de dados Google Acadêmico. Os dados foram tabulados e analisados no programa Microsoft Excel.

As fontes do estudo para a coleta de dados se classificam em primárias e secundárias. Para a realização desta pesquisa utilizou-se exclusivamente as fontes secundárias, devido à grande quantidade de informações bibliográficas sobre o assunto que se encontram disponíveis.

De acordo com Bridigi (2009) pode se classificar como fontes secundárias aquelas que têm ligação com a fonte primária e a pessoa que precisa dela, sendo o caso de obras de referências escritas. Portanto, neste artigo entende-se como fonte secundária a consulta em livros, artigos científicos e sites para a coleta de dados necessários ao entendimento do tema e dos objetivos.

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados os resultados encontrados quanto ao empreendedorismo social e o impacto que ele exerce na sociedade.

Na base de dados Google Acadêmico, foi realizada a análise dos artigos no período de 2013 a 2020, sendo utilizados os seguintes termos de busca para a construção da amostra da pesquisa:

Palavra-Chave
Empreendedorismo Social e Empresa Social
Empreendedorismo e Empreendedor social
Empreendedorismo e inclusão social
Empreendedorismo e Inovação social
Incubadora Social e Inovação Social

A partir da pesquisa realizada, foi verificado alguns importantes aspectos sobre as publicações de artigos que se referem aos termos utilizados. Foi feita à análise de publicações nacionais disponíveis na ferramenta de busca das bases de dados do Google acadêmico. O quadro 1 a seguir nos mostra de forma mais ampla a pesquisa nos apresentando as palavras chaves e a sua distribuição.

Quadro 1. Distribuição dos artigos utilizando como critério palavras chaves.

Palavra-Chave	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL	%
Empreendedorismo Social e Empresa Social	34	35	31	35	33	39	35	20	262	61,94%
Empreendedorismo e Empreendedor social	4	2	5	10	5	10	5	2	43	10,17%
Empreendedorismo e inclusão social	1	0	0	4	1	1	1	1	9	2,13%

Empreendedorismo e Inovação social	7	4	10	21	18	15	12	6	93	21,99%
Incubadora Social e Inovação Social	2	2	2	3	1	3	1	2	16	3,78%
Total	48	43	48	73	58	68	54	31	423	100,00%

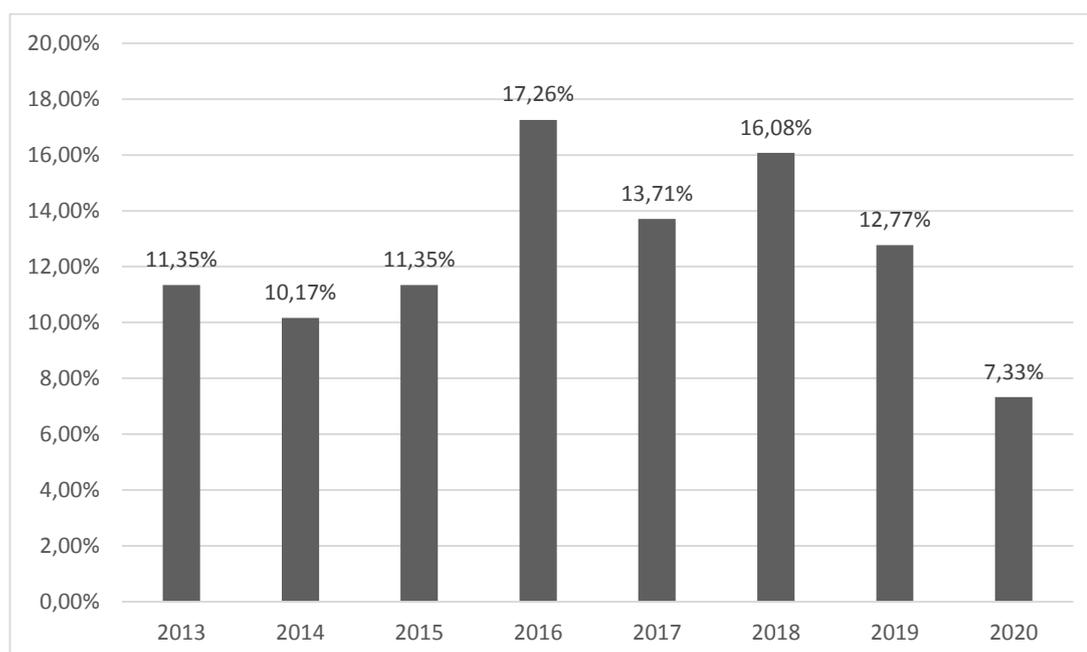
Fonte: própria.

Com base no quadro 1, pode se observar que com relação a artigos que tinham como palavras chaves Empreendedorismo Social e Empresa Social tem-se um total de 61,94% dos artigos pesquisados, seguindo de Empreendedorismo e Inovação social 21,99% dos resultados obtidos, Empreendedorismo e Empreendedor social em terceiro lugar com 10,17% das pesquisas, Incubadora Social e Inovação Social com 3,78 e empreendedorismo e inclusão social com apenas 2,13%.

O quadro mostra ainda que o ano de 2018 teve o maior número de publicações tendo como palavras chaves empreendedorismo social e empresa social representando 18,89% do total de 262 artigos, empreendedorismo e empreendedor social apresenta um empate entre os anos de 2016 e 2018 com 11,63% cada um, Empreendedorismo e inclusão social apresenta o ano de 2016 com 44,44% das publicações envolvendo o tema, empreendedorismo e inovação social apresenta o ano de 2016 com 22,58% das publicações envolvendo as palavras chaves e incubadora social e inovação social com os anos de 2016 e 2018 com 18,75% cada um deles, Assim, tem se uma dimensão do número de publicações por ano envolvendo a ideia central do tema e a sua distribuição, o ano com maior diversidade nesses quesitos.

Na figura 1 é apresentado os dados com base na data de publicação dos artigos.

Figura 1. Distribuição de artigos científicos baseado por data de publicação.



Fonte: própria.

A figura 1 em questão apresenta a distribuição dos artigos baseado por data de publicação a partir do ano de 2013 com um total de 11,53 das publicações, 2014 com 10,17% das publicações, 2015 com 11,35% das publicações, 2016 com 17,26% das publicações, 2017 com 13,71% das publicações, 2018 com 16,08% das publicações, 2019 com 12,77% das publicações e 2020 com 7,33% das publicações relacionadas a partir do uso das palavras chaves. Com uma predominância maior por parte de 2016 com 17,26% das publicações a partir das palavras chaves usadas na pesquisa, enquanto 2020 aparece apenas com 7,33% do total.

As publicações retratam que para que a economia de um país se desenvolva, é necessário que haja a presença de pessoas com um perfil empreendedor, ou seja, se não existe a presença desse líder não é possível que haja desenvolvimento econômico. Com isso a imagem do empreendedor Brasileiro é vista por muitos autores com grande prestígio. Encontra - se nessa prática a criação de produtos a um menor custo de produção com a possibilidade de atender a um público mais amplo, permitindo acesso de populações menos favorecidas a produtos que atendam às suas necessidades, com isso criando valor social para elas, dando liberdade econômica e com isso transformando a sociedade (CURI; MIGUEL, 2017). Sendo de uma importância muito grande para o desenvolvimento econômico recorrente a criação de empresas o que por sua vez gera emprego e renda, e contribuem para o impacto social e geração de valores (CARVALHO, 2013).

Segundo Julien (2017) o empreendedorismo é um ato coletivo desempenhando papel preponderante mediante os recursos que tem, apresentando uma gama de benefícios que se espalha por diversos atores sociais, dando uma dimensão do quanto contribui para o desenvolvimento com desempenho inovador. Com isso, pode-se dizer que o empreendedorismo exerce influência direta na economia, a partir da criação de produtos e serviço, geração de renda, e o empreendedorismo social por sua vez gera renda e oportunidade aos menos favorecidos, ou seja, movimentando mais a economia atuando em um mercado onde o nível de consumo é considerado baixo.

O Brasil é um país abençoado com recursos naturais ainda que pouco utilizados. O país em si apresenta muito potencial para que se tenha um destaque maior, dependendo apenas das pessoas que aqui vivem (BAGGIO, 2015). Quando se pensa em empreendedores sociais localizados no Brasil, pode se citar organizações como, por exemplo: O grupo Primavera, organização que teve a sua origem em 1984 cuja finalidade é mudar a vida de meninas que tem entre 8 e 18 anos através da educação. A associação saúde Criança, fundada em 1991, uma organização que tem em sua missão é acabar com o ciclo de readmissões

hospitalares de crianças gravemente enfermos de baixa renda. O Banco comunitário Brasileiro Banco Palmas, criado em 1998, como projeto comunitário tem em seu objetivo de atuação a melhoria de renda local, garantindo que a população possa contar com empréstimos a juros muito baixos. O grupo Semente da paz de 2008, que procura fortalecer através do seu trabalho a agricultura local, atuando como um intermediário entre o produtor e o consumidor (LIMEIRA, 2015). Com os exemplos acima, pode se ter uma ideia da dimensão e da importância do trabalho do profissional empreendedor, não ficando limitado a atuar em apenas a dois ou três segmentos, mas sim onde ele percebe que existe uma necessidade de realizar uma mudança social, agindo de forma a mudar o cenário local.

O empreendedorismo social vem desde o seu surgimento exercendo papel importante em sua atuação. Pode se dizer que por mais precário que ainda possa parecer o cenário de uma região, sem a presença do perfil desse empreendedor, imagina-se o quanto difícil seria a economia de determinada região. O empreendedorismo social procura acabar com determinado problema, através de inúmeras formas de atuação, promovendo uma melhor situação financeira aos moradores, ficando a critério a distribuição de seus lucros (PETRINI, SCHERER E BACK, 2016). Essa forma de atuação vem promovendo maior igualdade, gerando maiores oportunidades as pessoas, beneficiando desde crianças carentes a pessoas com uma experiência maior de vida, procurando oferecer melhor qualidade de vida as classes mais baixas.

Segundo Brito (2018) após pesquisas realizadas através do SEBRAE em parceria com outras organizações detectou mais de 800 negócios de impacto social no Brasil, registrando aumento de 7% ao ano. A partir dessa perspectiva, tem se conhecimento do quanto essa modalidade de empreendedorismo vem crescendo e se desenvolvendo no país, mostrando que a população vem se preocupando com as causas sociais no país. Isso levando em conta que Segundo Brito (2008) existe um crescimento populacional no Brasil superior a 2,5 Milhões de habitantes. Algo que justifica a constante necessidade de ajudar o próximo no país.

Os desafios enfrentados são muitos, se comparados aos demais empreendedores. Leal, Freitas e Fontenele (2015) os empreendedores sofrem limitações em seus recursos por atuarem em locais onde o mercado atua de forma precária. De acordo com Gonçalves (2019), em se tratando do Brasil um dos maiores desafios é justamente a captação de recursos, principalmente recursos financeiros, o que pode comprometer as operações das organizações, pois esse tipo de empreendimento é composto em sua maioria por grupos sociais, o que faz

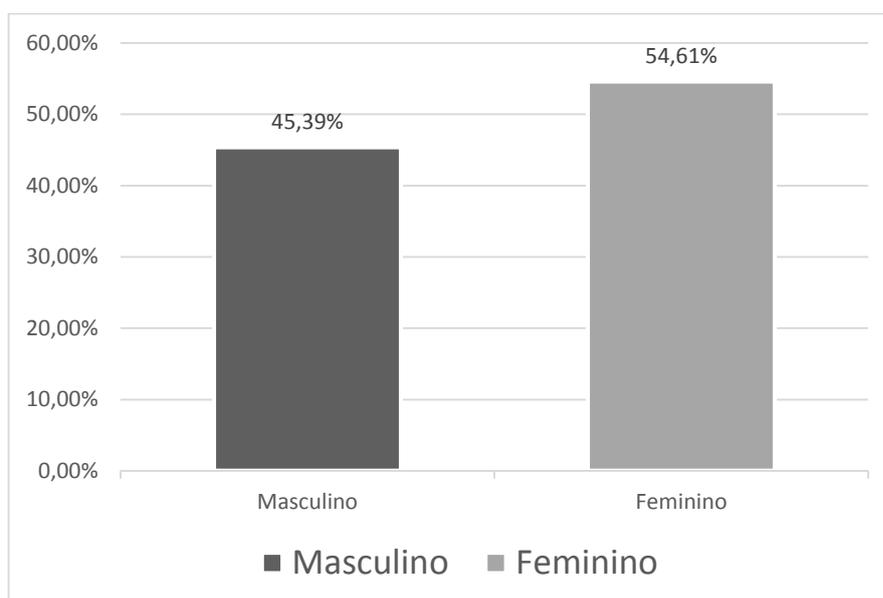
com que eles procurem alternativas para manterem as atividades (BOSE, GODÓI-DE-SOUSA, 2012).

O empreendedorismo social gera uma importância muito grande para a sociedade, principalmente em regiões onde o descaso com a população é notável. Kraemer (2017) mostra que a sua existência vai além da criação de um negócio, e sim com o intuito de gerar renda e igualdade social àqueles que mais precisam, dessa forma melhorar a qualidade de vida, além de ter um papel importante na economia local. Bueno (2017) afirma que para aqueles que se interessam em escolher o caminho empreendedor com o foco na criação de negócios sociais, hoje contam com vastas fontes de informações e recursos que servem de apoio para a idealização desse sonho, sendo que muitos desses recursos se encontram disponíveis em plataformas *on-line*.

Como benefícios dessa prática, Oleski (2017) destaca a inclusão de grupos de pessoas a um ambiente econômico melhor, melhorando a qualidade de vida de todos, outro ponto importante é a melhoria economia local devido ao aumento da empregabilidade, proporcionado pela própria organização. Considerando as discussões sobreditas, pode-se perceber que o empreendedorismo social tem uma importância muito grande na sociedade no qual atua, apesar dos desafios enfrentados por parte de todos para fazer desse sonho uma realidade, os benefícios trazidos são vários, atuando na economia e melhorando as condições de vida da sociedade.

A Figura 2 apresenta os valores percentuais de artigos com relação ao número de artigos publicados por cada gênero nos últimos anos.

Figura 2. Distribuição de artigos científicos por gênero.



Fonte: própria.

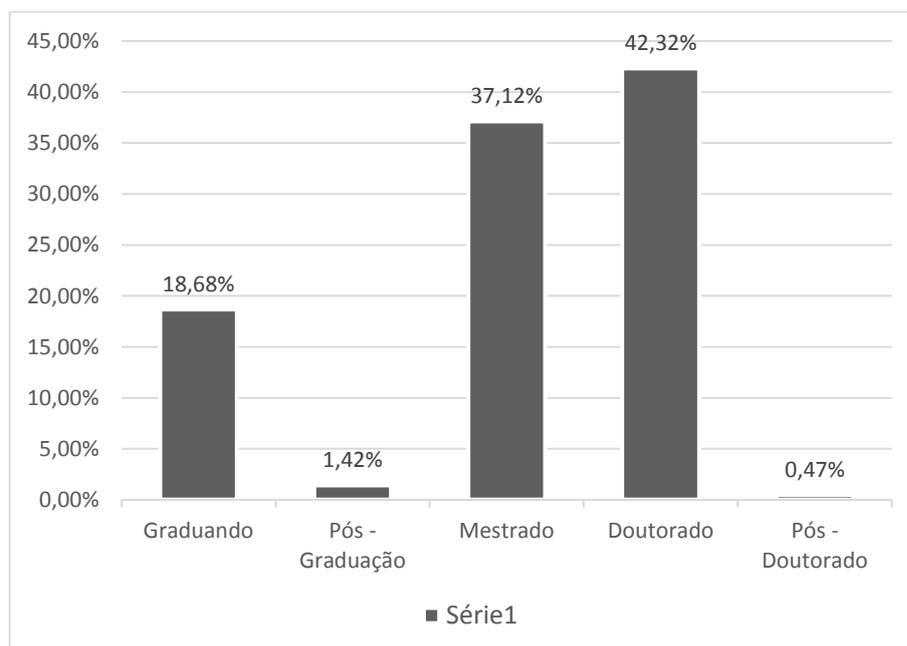
Como se nota na figura 2, existe um interesse maior de publicações relacionadas ao tema proposto por parte do sexo feminino em relação ao masculino, representando 54,61% do total de 100%, publicações vindas por parte das mulheres enquanto existem 45,39% do total de 100% vindo por parte dos homens, mostrando o quanto o gênero em questão se faz presente nas pesquisas científicas no país.

Em sua grande maioria os autores do gênero feminino abordaram em seus artigos sobre o perfil do empreendedor social, de forma geral o que leva o empreendedor social, sua criação, e formação, bem como o seu impacto social onde é residido bem como é foco do tema do artigo proposto. Como exemplo disso pode se citar como em sua maioria das publicações a autora Susane Bernadino, como referência no estudo proposto, definido por ela que o empreendedorismo social como criação de valor econômico e social, com o objetivo de resolução de problemas propostos em uma região (BERNADINO, 2018).

As empresas procuram promover soluções para problemas presentes na sociedade para os menos afortunados, onde segundo o SEBRAE procuram deixar um impacto positivo em regiões para pessoas marginalizadas procurando gerar para elas melhores condições financeiras (DOS SANTOS, 2015). Sabe-se também que para promover o desenvolvimento social uma das formas é o desenvolvimento de Incubadoras de princípios solidários, como meio de estimular a criação de empreendedores desse segmento solidário com foco em pessoas com situação de vulnerabilidade (ARAUJO; CASTRO, 2016).

Na figura 3 a seguir será apresentado o resultado da pesquisa com base na titulação dos autores.

Figura 3. Distribuição de artigos científicos baseado por titulação dos autores.



Fonte: própria.

Conforme apresentado na figura 3 anterior existe uma predominância maior de publicações do tema por profissionais com a titulação de doutorado chegando em 42,32%, em segundo plano por uma diferença mínima se encontra profissionais com a titulação de mestrado chegando a 37,12%, em terceiro temos os graduandos com 18,68%, pós graduando com 1,42% e por fim pós – doutorandos com 0,47%, o que indica por parte das últimas duas titulações pouco interesse do tema na realização de trabalhos de conclusões de curso.

O estudo indica qual a preferência de uso do tema empreendedorismo social em questão, onde mestrado e doutorado representam mais da metade das publicações com 79,43% com predominância por parte do doutorado. Em relação aos assuntos mais abordados pelo público de doutorado nas publicações de empreendedorismo social pode se destacar o perfil do empreendedor social no Brasil, suas principais características, motivações e desafios, como ditos prosseguem oportunidades que os permitam amenizar as necessidades dos que ali vivem de uma melhor forma possível, identificado à oportunidade, motivar-se para atuar da melhor forma possível na resolução dos problemas propostos (CARNEIRO; BERNARDINO, 2019). Onde eles procuram desenvolver o ser humano promovendo a eles o que tem direito resgatando a cidadania, não apenas por ser lei, mas na procura de dar dignidade dos indivíduos, procurando a transformação social (DA SILVA ITELVINO, 2018). O empreendedor social veio como uma solução para amenizar os problemas que muitas vezes são de responsabilidade do governo cuidar.

Já no que diz respeito à titulação de mestrado o assunto mais abordado nas publicações em relação ao empreendedorismo social pode se destacar o perfil empreendedor social, o seu desenvolvimento na sociedade, as incubadoras sociais e como se é desenvolvido. Conforme Cardoso (2016) menciona a estimulação do empreendedorismo por meio dos negócios, promovendo a empregabilidade, suprimindo as necessidades do país através do desenvolvimento econômico que é promovido no país. Tem o objetivo de preencher as lacunas deixadas pelas políticas públicas, onde hoje no Brasil após a vivencia de diversas crises, pessoas se aproveitam para gerar negócios sociais (IVO; PIMENTEL, 2019). O empreendedorismo social tem em sua formação três abordagens a primeira com foco no valor social, a segunda como pratica comercial e a terceira como forma de redução dos problemas existentes na sociedade, sendo que nos dois primeiros atuando de forma isolada sem levar em consideração nenhuma variável (CARNEIRO, 2017). É nítida a mudança exercida por essa pratica ainda pouco recorrente no mundo, como ela gera de fato mudanças significativas onde é aplicada e traz consigo resultados prósperos de mudança.

A partir do que foi apresentado, é nítido a importância que esse empreendedor exerce para a sociedade como forma de trazer renda e geração de emprego para os menos afortunados, atuando como uma solução como um solucionador de problemas em meio a tanto caos vivido por aqueles que não se tem condições de manter uma vida digna. Atuando como um agente de mudanças procurando impactar a região local onde se encontra não tendo um foco específico de atuação (NADER, 2018). Com isso sendo considerada a forma ideal de empreendedorismo no mundo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo pretendeu mapear a produção científica sobre empreendedorismo social e apresentar a partir dos resultados obtidos uma análise métrica de alguns dos principais pontos sobre o empreendedorismo social, sua forma de atuação, a importância de tem e a sua grandeza no cenário acadêmico. O presente estudo observou a partir da análise realizada que o empreendedorismo social teve crescimento expressivo ao longo do período em questão, em termo de publicações, e a partir do ano 2013 utilizando como fonte de dados o Google Acadêmico.

O presente trabalho procura se fundamentar com base nas pesquisas apresentadas nos tópicos anteriores e também mostrar dados reais e presentes na atualidade. Foram utilizadas bibliografias de vários autores, os quais apresentam o quanto o empreendedorismo social é significativo para a sociedade. Apesar de parecer um tema aparentemente novo, ele já foi abordado por outros autores como relativamente antigo, não sendo de hoje a questão de atuar de maneira mais social. À medida que se foi ganhando um destaque maior a respeito da preocupação com os problemas sociais, essa prática se tornou cada vez mais frequente.

No primeiro objetivo desta pesquisa, procurou-se realizar uma análise sobre o processo de elaboração de um empreendedorismo social, no qual se inicia com a análise do problema até a implantação do projeto em questão. Com isso, pode se perceber como é iniciado um empreendimento social e de que forma ele atua na vida das pessoas.

No segundo objetivo desta pesquisa, buscou apresentar os desafios enfrentados pelos empreendedores sociais durante a trajetória empreendedora. Para a criação de um empreendimento social. Notou-se uma série de desafios que são enfrentados por todos os que almejam fazer a diferença na sociedade, e como eles são enfrentados. Como desafios identificados têm-se a falta de investimentos por parte dos empreendedores sociais, recursos

necessários para promover o empreendedorismo, a falta de ideias, capital de giro para manter o negócio e em alguns casos a falta de apoio da sociedade local.

No que tange o terceiro objetivo desta pesquisa, procurou descrever as características apresentadas por um empreendedor social e como elas se diferem dos demais empreendedores. O que os empreendedores sociais apresentam em como características e quais são as mais marcantes entre eles, apresentando também as que são consideradas importantes para a formação de um empreendedor social.

O desenvolvimento da pesquisa possibilitou observar que o empreendedorismo social é muito importante para a economia local. Há empreendedores que ainda apresentam dificuldades para o desenvolvimento do seu empreendimento, quando se trata de recursos, porém, que atuam de forma positiva na vida das pessoas, trazendo benefícios e gerando igualdade a todos.

Pode-se observar que hoje se tem um acesso maior às informações que auxiliam o empreendedor social, atuando como uma boa ferramenta, e com ela o empreendedor pode saber de que forma ele deve atuar para amenizar o problema. A sociedade ganha com um aumento na economia, com uma imagem melhor e principalmente com a melhora da qualidade de vida.

O empreendedor social enfrenta em seu empreendimento algumas limitações, como por exemplo, a falta de capital de giro para manter, a escassez dos recursos que precisam para manter, falta de pessoas para administrar, o apoio do governo no empreendimento pode limitar a sua atuação e o trabalho que pretende realizar na região.

O presente trabalho busca ainda contribuir com pesquisas futuras por parte daqueles que se interessam pelo âmbito social, os quais poderão desenvolver novas pesquisas a fim de aprofundar a discussão sobre a temática.

REFERÊNCIAS

- ARAUJO, Cíntia Möller; CASTRO, João Gabriel Silva. Desafios Enfrentados pelos Empreendedores Sociais da Incubadora Pública de Empreendimentos Populares e Solidários de Osasco (IPEPS) para Consolidar seus Empreendimentos. **Revista Administração em Diálogo-RAD**, v. 18, n. 2, p. 59-91, 2016.
- BAGGENSTOSS, Salli; DONADONE, Julio Cesar. Empreendedorismo social: reflexões acerca do papel das organizações e do estado. **Gestão e sociedade**, v. 7, n. 16, p. 112-131, 2013.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.
- BERNARDINO, Susana; SANTOS, José Freitas. Papel das motivações do empreendedor na decisão de lançamento da iniciativa social. **Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting**, v. 1, n. 2, 2018.
- BOSE, M.; GODÓI-DE-SOUSA, E. Empreendedorismo social e desenvolvimento social: desafios e oportunidades. **VI ENAPEGS**, p. 1-18, 2012.
- BRIGIDI, Fabiana Hennies. **Fotografia: uma fonte de informação**. Orientadora: Martha Eddy Krummenauer Kling Bonotto. 2009. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2009. p. 14. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18712/000717631.pdf?> Acesso em: 28 maio 2020.
- BRITO, Débora. Empreendedorismo de impacto social cresce no Brasil. **Agência Brasil**, Brasília, 16 jul. 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/empreendedorismo-de-impacto-social-cresce-no-brasil>. Acesso em: 26 set. 2020.
- BRITO, Fausto. Transição demográfica e desigualdades sociais no Brasil. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 25, n. 1, p. 5-26, 2008.
- BUENO, Jefferson Reis. **Empreendedorismo social: propósitos em equilíbrio com os negócios**. 28 nov. 2017. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedorismo-social/>. Acesso em: 14 abr. 2020.
- CARNEIRO, Daniela; BERNARDINO, Susana. O empreendedor social no Brasil: A importância do perfil, motivações e percepções na criação de iniciativas sociais. **Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting**, v. 5, n. 10, 2019.
- CARNEIRO, Daniela Abadia. **Perfil do empreendedor social brasileiro**. 2017. Tese de Doutorado.
- CARVALHO, Raimundo. Empreendedorismo: importância econômica e social. **administradores.com**, 27 nov. 2013. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-importancia-economica-e-social>. Acesso em: 06 out. 2020.

COSTA, Gleidson. Empreendedorismo social: Perfil de empreendedores. **Psicologia pt**. O portal dos psicólogos. 10 jun. 2018. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1213.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2020.

CURI, Denise Pereira; MIGUEL, Lilian Aparecida Pasquini. A importância dos negócios sociais na geração de valor para a sociedade dentro da ótica de liberdade econômica. 2017.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista interdisciplinar científica aplicada**, v. 2, n. 3, p. 1-13, 2008.

DA SILVA ITELVINO, Lucimar et al. Formação empreendedora para geração de inovações sociais. **Gestão & Regionalidade**, v. 34, n. 101, 2018.

DA SILVA, Maria De Fátima; DE MOURA, Laysce Rocha; JUNQUEIRA, Luciano Prates. As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social. *Ciências da Administração*, v. 17, n. 42, p. 121-130, 2015.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. Pesquisa. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1993. p. 101.

DE OLIVEIRA, Lucia Marisy Souza Ribeiro et al. EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL. **Revista de Educação da Universidade Federal do Vale do São Francisco**, v. 10, n. 22, 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na Prática: mitos verdades do empreendedor de sucesso**. Elsevier Brasil, 2013.

DOS SANTOS, Nathalia Correia et al. Empreendedorismo, Responsabilidade Social e Negócios de Impacto. 2015.

FERNANDES, José. **Técnicas de estudo e pesquisa**. Pesquisa na empresa. 7. ed. Goiânia: Kelps, 2004. p. 218-219.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**: Pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas. 2008. p. 28. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 23 maio 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**: Leitura recomendada. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. p. 142. Disponível em: http://www.urca.br/itec/images/pdfs/modulo%20v%20%20como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 26 maio 2020.

GONÇALVES, Vinícius. **Empreendedorismo social**: empreendedorismo social no Brasil. 2011. Disponível em: <https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/empreendedorismo-social/>. Acesso em: 13 abr. 2020.

ITELVINO, Lucimar da Silva et al. Formação do empreendedor social e a educação formal e não formal: um estudo a partir de narrativas de história de vida. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, v. 26, n. 99, p. 471-504, 2018.

IVO, José Kleber; PIMENTEL, Thiago Alves. EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: PANORAMA CONTEMPORÂNEO, DESAFIOS E PERSPECTIVAS. **RACE-Revista de Administração do Cesmac**, v. 5, p. 254-266, 2019.

JULIEN, Pierre André. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. Saraiva Educação SA, 2017.

KARKOTLI, Gilson Rihan et al. Responsabilidade social: uma estratégia empreendedora. 2004.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. Contribuições teóricas para o empreendedorismo social. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, Pirassununga, v. 6, n. 6, p. 26-44, mar. 2017. Disponível em: <http://www.fatece.edu.br/arquivos/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volume6/2.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2020.

LEAL, Antônia Laís Araújo; FREITAS, Ana Augusta Ferreira; FONTENELE; Raimundo Eduardo Silveira. Criação de valor no empreendedorismo social: evidências a partir da comparação com o empreendedorismo comercial, **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 51-65, jan./abr., 2015. Disponível em: https://www.academia.edu/35717457/Cria%C3%A7%C3%A3o_de_valor_no_Empreendedorismo_Social_Evid%C3%A4ncias_a_partir_da_Compara%C3%A7%C3%A3o_com_o_Empreendedorismo_Comercial. Acesso em: 21 abr. 2020.

LENCINI, Carlos Artur dos Santos. A implantação de inovação social por organizações participantes da matriz do empreendedorismo social. 2013.

LIMEIRA, T. M. Empreendedorismo social no Brasil: Estado da arte e desafios. **Inovação em cidadania empresarial**, 2015.

MARIANO, Sandra; MAYER, Verônica Feder. **Empreendedorismo fundamentos e técnicas para criatividade**: Empreendedorismo social. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014. p. 97-98.

MARQUES, José Roberto. **Empreendedorismo social**: um novo conceito entre os empresários. 28 mar. 2016. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/empreendedorismo-social-um-novo-conceito-entre-os-empresarios/>. Acesso em: 10 nov. 2020.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. **Departamento de Ciência de Computação e Estatística-Universidade de Santa Catarina. Santa Catarina**, 2012.

NADER, Silvana Maria et al. Perfil criativo no empreendedorismo social. 2018.

OLESKI, Ana. **O que é empreendedorismo social?** entenda aqui sua importância e também exemplos: e as vantagens? 20 jun. 2017. Disponível em: <https://aberturasimples.com.br/empreendedorismo-social/>. Acesso em: 15 abr. 2020.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios—notas introdutórias. **Revista da FAE**, v. 7, n. 2, 2004.

PARENTE, Cristina et al. **Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição**. 2011.

PETRINI, Maira; SCHERER, Patrícia; BACK, Léa. Modelo de negócios com impacto social. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016.

PINHEIRO, Roberto Meireles. Inteligência competitiva e pesquisa de mercado. **Curitiba: IESDE Brasil**, 2009.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Método do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. p. 43. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 21 maio 2020.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica: A pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Loyola. 2002. p. 53.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica guia para eficiência nos estudos: Natureza da pesquisa bibliográfica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1993. p. 58.

SANTANA, J.M. Ana Lúcia Jansen de Mello; SOUZA, Leandro Martins. **Empreendedorismo com foco em negócios sociais: o modelo de negócios, proposta e avaliação de impacto**. Curitiba: NITS UFPS, 2015. p. 42.

Disponível em: http://www.negociossociais.ufpr.br/wordpress/wp-content/uploads/2015/05/EMPREENDEDORISMO_NEGOCIOS-SOCIAIS.pdf Acesso em: 21 abr. 2020.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico: Pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa experimental, pesquisa de campo**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007. p. 122. Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3480016/mod_label/intro/SEVERINO_Metodologia_do_Trabalho_Cientifico_2007.pdf. Acesso em: 25 maio 2020.

SILVA, José Wilton Fonseca; OLIVEIRA, Suelen Moreira. Perfil do empreendedor social: uma contribuição dos gestores de instituições sem fins lucrativos. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, Pirassununga, v. 6, n. 6, p. 164-183, mar. 2017. Disponível em: <http://www.fatece.edu.br/arquivos/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volume6/10.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2020.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 2004.

TRIVINUS, ANS. Questões preliminares básicas. _____. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, p. 15-29, 1987.

VIEIRA, Nádia Filipa Rodrigues. **Empreendedorismo social**. 2015. Tese de Doutorado.