

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BACHARELADO EM
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

GABRIEL FELIX DA SILVA
ÍRIS GLEYCE ESTEVAN DE BARROS DO NASCIMENTO

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS DESAFIOS
ENFRENTADOS NO DESENVOLVIMENTO LOCAL**

RECIFE/2022

GABRIEL FELIX DA SILVA
ÍRIS GLEYCE ESTEVAN DE BARROS DO NASCIMENTO

EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS DESAFIOS ENFRENTADOS NO DESENVOLVIMENTO LOCAL

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração de empresas.

Professor Orientador: Esp. Diego Leonel Alves de Sá

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

S586e Silva, Gabriel Felix da
Empreendedorismo social e os desafios enfrentados no
desenvolvimento local / Gabriel Felix da Silva, Íris Gleyce Estevan de
Barros do Nascimento. Recife: O Autor, 2022.

23 p.

Orientador(a): Esp. Diego Leonel Alves de Sá.

Trabalho De Conclusão De Curso (Graduação) - Centro
Universitário Brasileiro – Unibra. Bacharelado em Administração, 2022.

Inclui Referências.

1. Empreendedorismo. 2. Sociedade. 3. Ação. 4. Desafio. 5. Solução. I.
Nascimento, Íris Gleyce Estevan de Barros do. II. Centro Universitário
Brasileiro - Unibra. III. Título.

CDU: 658

Dedicamos esse trabalho a nossos pais.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente ao nosso Deus pelo privilégio de estar concluindo a nossa primeira graduação.

Aos nossos pais pela paciência, sabedoria e apoio psicológico para enfrentar os desafios que foram expostos em nossa trajetória pessoal, acadêmica e profissional.

As amigadas conquistadas durante 4 anos de ensino, agradecemos a Elienai Santos e a Wolfenson Douglas, que durante esse tempo vibraram conosco cada etapa vencida nessa graduação.

Aos professores do curso de administração de empresas que marcaram nossa trajetória acadêmica, nos mostrando que podemos fazer a diferença nos ambientes que estamos, tanto no âmbito pessoal quanto no profissional.

Agradecemos o apoio da nossa coordenadora Déborah Araújo, pelo esforço para suprir nossas necessidades.

Ao nosso orientador Professor Diego Leonel pela orientação prestada e apoio na solução de problemas que surgiram na elaboração do artigo.

A todos que participaram das pesquisas, pela colaboração e disposição para obter dados.

Agradecemos a todos que direta e indiretamente colaboraram com o sucesso deste trabalho.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e da persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.”

(José de Alencar)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	07
2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO	09
3 RESULTADOS	09
3.1 Empreendedorismo e Inovação	09
<i>3.1.1 O empreendedorismo no Brasil</i>	10
3.2 Empreendedorismo Social: Origem e chegada ao Brasil	11
<i>3.2.1 Desafios enfrentados pelos empreendedores sociais</i>	13
3.3 Soluções para o problema detectado	15
4 DISCUSSÃO	17
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
REFERÊNCIAS	20

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: DESAFIOS ENFRENTADOS POR EMPREENDEDORES SOCIAIS NO DESENVOLVIMENTO LOCAL

Gabriel Felix da Silva

Íris Gleyce Estevan de Barros do Nascimento

Prof. Esp. Diego Leonel Alves de Sá¹

Resumo: O presente artigo tem como principal objetivo apresentar um estudo sobre o empreendedorismo social e seus desafios no desenvolvimento da sociedade que está inserido, ou seja, mostrar problemas enfrentados pelos idealizadores e suas possíveis soluções através de pesquisa bibliográfica. Inicia-se com um levantamento histórico do surgimento do empreendedorismo social, seguido do contexto histórico do empreendedorismo no Brasil e no mundo, e logo após é mencionado os desafios enfrentados por aqueles que querem empreender e suas possíveis soluções, mostrando também um exemplo de empreendedorismo social bem sucedido. A partir das informações obtidas através da pesquisa bibliográficas, ficou notório a importância de um projeto bem definido para evitar possíveis desafios mencionados e a importância de tais projetos empreendedores na sociedade.

Palavras-chave: Empreendedorismo, sociedade, ação, desafio, solução.

1 INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo Social surgiu em meados de 1970 através de Bill Drayton, um empreendedor/Visionário que quis mudar o mundo através de ações sociais que abrange todas as faixas etárias em vários países, tendo o Brasil como um desses. Bill Drayton fundou a Ashoka Empreendedores Sociais, uma organização internacional sem fins lucrativos que tem como objetivo potencializar as transformações sociais por meio do reconhecimento e do apoio a empreendedoras e empreendedores sociais inovadores. A Ashoka segue apoiando e incentivando os empreendedores sociais a trabalhar uns com os outros, com parceiros empresariais,

¹ Professor(a) da UNIBRA. Esp. Diego Leonel Alves de Sá. E-mail para contato: diego.leonel@grupounibra.com

com o setor público, com as universidades e com outras instituições que tem certa influencia no ambiente que estão.

Na busca pelo termo Ação social, percebe-se a existência de vários movimentos que buscam suprir a necessidade de algumas localidades, tanto a curto prazo quanto a longo prazo. Essas ações surgem através de empreendedores sociais que buscam fazer a diferença no meio que vivem ou em outro ambiente desfavorecido pelo estado.

O empreendedorismo social é conhecido como a paixão para mudar as coisas, não podem ser em torno de criar valor comercial, mas sim na melhoria das condições ou permitindo a mudança na esfera social de forma mais ampla ou nas direções de sustentabilidade ambiental. Bessant e Tidd, (2011)

No presente artigo procuramos apresentar o empreendedorismo social e seus desafios no desenvolvimento da sociedade que ele está inserido. Empreendedorismo Social é um tema que vem à tona quando falamos de inovação, desenvolvimento social e ação socioambiental. Será que o empreendedorismo social tem importância para o desenvolvimento social?

O objetivo é apresentar soluções para o questionamento apresentado acima, mostrando a sua importância para a comunidade através das ações desenvolvidas no local que está inserida, demonstrando o público alvo, as atividades desenvolvidas e os impactos dessas atividades na vida das pessoas que fazem parte desse projeto.

É notório a transformação causada na vida das pessoas que são contempladas pelos projetos sociais que são criados por empreendedores sociais a fim de melhorar a qualidade de vida daqueles que foram esquecidos pelo estado, no qual tem por obrigação dar educação de qualidade, segurança e saúde básica para todos. Esses programas sociais nos mostram um déficit que até hoje não foi suprido pelo poder público.

2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

O presente artigo tem como ferramenta de estudo a pesquisa bibliográfica. Foram consultados vários livros que remetem ao assunto estudado e artigos publicados no google acadêmico, estes possibilitaram que o trabalho ganhasse forma.

Segundo Marconi e Lakatos (1992), a pesquisa bibliográfica é o levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita.

Baseado na citação, foi realizada pesquisas em diversos materiais disponibilizados, como livros disponibilizados na biblioteca acadêmica e artigos no google acadêmico, para tornar conhecido o termo empreendedorismo social. Para Barreto (1998, p.190) “empreendedorismo é habilidade de criar e construir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. O empreendedor social busca criar, inovar algo que seja lucrativo e que ao mesmo tempo, contribua para desenvolvimento da sociedade, ou seja, buscando soluções para os problemas sociais enfrentados pelo local que estão inseridos.

Portanto, foi necessária uma pesquisa pela descrição dos fatos, trazendo assim uma abordagem exploratória, que de acordo com Gil (2017) as pesquisas exploratórias tendem a ser mais flexíveis em seu planejamento, pois pretendem observar e compreender os mais variados aspectos relativos ao fenômeno estudado pelo pesquisador.

3 RESULTADOS

3.1 Empreendedorismo e Inovação

O empreendedorismo possui um papel muito importante no crescimento e desenvolvimento econômico e sustentável de um país, tanto na criação de empregos, na criação de novos produtos, serviços e técnicas, se associando a inovação para suprir as necessidades da sociedade.

O termo Empreendedorismo surgiu em meados do século XVII. Segundo Bolton e Thompson (2000), a origem da palavra deriva do verbo francês “entreprendre”, que significa aquele que assume riscos e começa algo novo, ou seja, criando empreendimento onde não havia ou onde já existia, inovando nos métodos, produtos, serviços que já são pouco utilizados, dedicando seu tempo, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais, para no final atender as necessidades e

oportunidades que são expostas no mercado, com isso, o crescimento acelerado dessas empresas empreendedoras nos traz à tona uma adaptação ao ambiente/cultura que está inserido, influenciando assim a superação das crises existentes no mercado.

3.1.1 O empreendedorismo no Brasil

O surgimento do empreendedorismo no Brasil é relatado a partir da década de 90, mas isso é vivenciado desde 1500, através das grandes navegações vindas da Europa, especificamente de Portugal. Os grandes navegadores da época foram os primeiros a implantar o empreendedorismo no Brasil através da troca de mercadorias entre os nativos e os exploradores.

Desde então muito tempo se passou, até que no século XIX, Irineu Evangelista de Sousa conhecido como barão de Mauá se destacou como um empreendedor de sucesso. Descendente de família portuguesa, o Barão de Mauá através da mão de obra escrava empreendeu em diversos setores, entre eles o setor industrial, criando caldeiras de máquina a vapor e engenhos de açúcar no Brasil.

Hoje em dia o Brasil é considerado um país empreendedor, muitas empresas/empreendedores buscam o Brasil para desenvolver suas ideias e por elas em prática, fazendo com que a economia brasileira não fique estagnada. Mas a criação de empresas depende de dois fatores que determinam o tipo do empreendedorismo, ou seja, se é por oportunidade ou por necessidade. O empreendedor por oportunidade é aquele que sabe onde quer chegar, planeja antes de empreender, está em busca do crescimento profissional e financeiro, e gera empregos para a sociedade. Já o empreendedor por necessidade é aquele que não tem planejamento, que se arrisca em algo novo mesmo sem muito conhecimento e normalmente são de caráter informal.

Nos países em desenvolvimento como o Brasil, o empreendedorismo por necessidade é maior que o de oportunidade, mas isso não significa que por ser um empreendedor por necessidade ele não se torne um empreendedor por oportunidade, de acordo Cesar Rissete, gerente competitivo do Sebrae, "Não é porque um negócio nasceu da necessidade do empreendedor em ter uma renda que ele não pode transformar essa situação em oportunidade. Com preparo e inovação,

é possível que esses pequenos negócios cresçam no futuro e sobrevivam, desde que sigam alguns passos importantes.”

Através disso, muitos empreendedores observam a necessidade de uma sociedade e buscam uma responsabilidade social, ou seja, suprindo alguns problemas que fazem parte do ambiente que é esquecido pelo estado. Essas ações surgem para fazer a diferença no meio que está inserido ou em outras localidades.

3.2 Empreendedorismo Social: Origem e chegada ao Brasil

O termo empreendedorismo Social surgiu em meados de 1970 através de Bill Drayton, um empreendedor/Visionário que quis mudar o mundo através de ações sociais que abrangesse todas as faixas etárias em vários países.

O empreendedorismo social engloba trabalhos realizados pelo empreendedor social que tem por objetivo diminuir os problemas sociais e ao mesmo tempo solucionar os mesmos. Tendo em vista esse objetivo, o pai do empreendedorismo social, Bill Drayton fundou a Ashoka Empreendedores Sociais, uma organização internacional sem fins lucrativos que tem como objetivo potencializar as transformações sociais por meio do reconhecimento e do apoio a empreendedores sociais inovadores, ou seja, apoiando e incentivando os empreendedores sociais a trabalhar uns com os outros, com parceiros empresariais, com o setor público, com as universidades e com outras instituições que possuem o mesmo objetivo e que tenham certa influencia no ambiente que estão.

O empreendedorismo em conjunto com a responsabilidade social tende a criar programas, ações e iniciativas que permitem o desenvolvimento social de maneira sustentável e econômica da região que está recebendo o projeto pelos empreendedores sociais.

Para alcançar resultados positivos é de suma importância seguir alguns passos, entre eles, observar, analisar as oportunidades, criar um plano de ação, definir metas e objetivos, ter foco no projeto, criar estratégias que envolvam o marketing e o mais importante, que esteja em parceria com a comunidade.

O empreendedorismo social emerge como perspectiva para aliar a prática de negócios, com a devida profissionalização de seus colaboradores, com a dedicação a uma causa social, que será o mote para a retórica da renúncia às benesses do capitalismo e suas recompensas individuais, para a recompensa na realização de algo que inclui a resolução ou a amenização de um problema social, que considera o outro na perspectiva de sucesso pessoal. Casaqui, (2014)

No Brasil, o empreendedorismo social ganhou força logo após o fim da ditadura militar, pois com a abertura da economia várias “portas” foram abertas para o ingresso e criação de várias organizações, dentre elas, indústrias, empresas familiares e empresas com objetivo social. Ao olhar nosso passado, desde a descoberta pelos portugueses até os dias de hoje, muitas mudanças ocorreram. Nos anos 1990 com uma forte abertura econômica, os brasileiros “abraçaram” as oportunidades que foram surgindo, com o objetivo de se sobressair no mercado criando novos negócios e pondo em prática os projetos que estavam no papel.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Revista Pequenas empresas Grandes negócios, em 2018 cerca de 52 milhões de brasileiros possuem um negócio próprio, incluindo negócios voltados a ação social e negócios que visam o lucro. Em relação ao mundo e ao grupo econômico que o Brasil faz parte, BRICS, o Brasil possui umas das maiores taxas de empreendedorismo, ou seja, de 100% o Brasil ocupa 38% desse total, mostrando assim que o Brasil tem capacidade e potencial para empreender.

Dentro desses números, uma parte é ocupada por empreendedores sociais. Pessoas que reconhecem problemas sociais e tenta por meio de ferramentas disponíveis solucionar tais problemas. Diferente do empreendedorismo tradicional, que busca maximizar o lucro, o empreendedorismo social leva, com e sem fins lucrativos, a criação de centros de saúde em lugares que sofrem com a falta dessa necessidade básica, criação de projetos que ajudam na educação de crianças, jovens e adultos. Os empreendedores sociais no Brasil lutam diariamente para reduzir ou até mesmo extinguir as desigualdades sociais e econômicas que existem.

É a força regeneradora da comunidade e da sociedade em geral que apresentam soluções inovadoras e sustentáveis para problemas de cariz sociais. Sarkar, (2007)

3.2.1 Desafios enfrentados pelos empreendedores sociais

Para criar algo do zero, muitos desafios são enfrentados para obter o sucesso. Muitos empreendedores de sucesso passaram por grandes barreiras para conseguir o tão almejado reconhecimento. Barreiras como por em prática aquilo que está no papel, ter recursos financeiros para dar vida e sustentar seu projeto, conseguir parceiros que estejam disposto a trabalhar de forma voluntária e que tenham o mesmo propósito, o de ajudar aqueles que mais necessitam.

O desafio de pôr em prática aquilo que está no papel é um dos mais difíceis de se conseguir. De acordo com Walt Disney, quando você acredita em algo, acredite até o fim. Não de margem para nenhum tipo de dúvida. Muitos empreendedores quando estão dando o pontapé inicial em seus projetos, diversas dúvidas surgem e se faz necessário pensar se isso realmente é preciso. Na busca pela concretização do projeto várias etapas precisam ser atingidas, o Project Management Institute (PMI) definiu cinco etapas que precisam ser seguidos, através do guia PMBOK® que é um grande material de referência para todos que procuram aumentar os conhecimentos e as competências na criação do projeto.

QUADRO 1 - ETAPAS PARA CRIAÇÃO DO PROJETO

Iniciação do Projeto	Definir o projeto de maneira ampla.
Planejamento do Projeto	Usar o roteiro para criação de metas para alcançar o objetivo.
Execução do Projeto	Usar informações reunidas nas duas primeiras etapas para criar e lançar o projeto.
Desempenho do Projeto	Usar indicadores chaves de desempenho para medir a eficácia do projeto.
Encerramento do Projeto	Fazer uma recapitulação do projeto e reunir com os participantes para analisar o sucesso do mesmo, mostrando o que correu e não correu bem, evitando assim erros em projetos futuros.

Fonte: adaptado de PMI - PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 6ª Edição, 2017.

Seguindo as etapas citadas, o risco de não dar certo tende a ser menor, porém em alguns casos a necessidade de mudança é de suma importância, pois nem sempre o que foi planejado se adequa a realidade.

Além de ter um planejamento, é preciso ter recursos que ajudem na realização do projeto, recursos como pessoas, materiais e equipamentos, e dinheiro, sem estes, o projeto não tem condições para seguir. Conseguir pessoas que compartilhem do mesmo ideal é um desafio que precisa ser enfrentado, pois muitas almejam a criação dos projetos sociais, mas não cooperam com a sua realização. A aquisição de materiais é outro desafio que exige paciência e sabedoria da parte do empreendedor, pois muitos empecilhos surgem para inibir o desenvolvimento da ação prestada pelo idealizador, pois a aquisição de ambientes, materiais e outros insumos depende não só de uma parte, mas sim de um conjunto.

Um dos recursos mais importantes é o dinheiro, sem o mesmo é muito difícil seguir em frente. O desafio financeiro surge como um dos maiores obstáculos para esse tipo de empreendimento, já que na maioria das vezes sua renda depende de terceiros para avançar e manter seu capital. Muitos empreendedores sociais conseguem, sozinhos, manter seu projeto, já outros, por necessidade buscam o apoio de investidores que acreditam que esta ação pode gerar benefícios tanto pra comunidade quanto para sua empresa, pois muitas organizações que se disponibiliza em ajudar, possui um olhar social voltado a necessidade daqueles que estão desfavorecidos pelo estado.

Um desafio que precisa ser mencionado e que muitos não se preocupam é o marketing, este é de suma importância para o crescimento e desenvolvimento de qualquer empresa, seja ela voltada para qualquer tipo de público. Uma empresa sem marketing, dificilmente ganha visibilidade e um número maior de cooperadores que ajudam na aquisição de materiais, no desenvolvimento de pessoas e em investimentos.

Segundo Arantes (2014, P.130), “O marketing social também tem seu composto com base nas seguintes variáveis: produto, preço, praça, promoção, público, parceria, política e pagamento”, ou seja, para obter o sucesso do empreendimento, o marketing é de extrema importância para a sobrevivência da empresa, pois ele atua em diversos ambientes, com diversas ferramentas, com várias estratégias fazendo assim o crescimento da organização.

3.3 Soluções para o problema detectado

Por mais difícil que seja tirar um projeto do papel, muitos conseguem a tão almejada realização através de etapas, estratégias e ferramentas disposta no guia PMBOK®. O PMBOK não é uma metodologia, mas um guia que não determina como os projetos devem ser gerenciados, pelo contrário, ele demonstra um conjunto de conhecimentos e técnicas que funcionaram em projetos semelhantes. Contudo, por sua reconhecida importância internacional, o mesmo acabou se transformando em um padrão que serve de fonte de inspiração para aqueles que desejam criar um projeto

Para solucionar um dos problemas chaves para criação e fixação das empresas no mercado é necessário um projeto que tenha um alvo específico. Para alcançar o objetivo que almeja, é necessário seguir etapas e ter como base empresas que utilizaram o método PMBOK e obtiveram sucesso. Tais empresas ao seguir as etapas que foram citadas acima e que estão propostas no guia, cresceram, se desenvolveram e conseguiram se estabilizar no mercado, hoje, servindo como exemplo para aqueles que desejam empreender.

Problemas envolvendo recursos geralmente são resolvidos com ajuda de cooperadores, com investimentos e com a ajuda de órgãos governamentais que possuem o mesmo olhar social. Para obtenção de tais recursos, é necessário uma campanha entre idealizador, local que está inserido e cooperadores para conseguir fundos que contribuem e auxiliam no desenvolvimento do trabalho social. Recursos como capital pessoal, que geralmente é a primeira opção dos empreendedores, possuem uma certa vantagem, pois ao utilizar o próprio capital, a empresa surge no mercado basicamente sem dívidas, o que é essencial. Além disso, ao utilizar o próprio dinheiro, o idealizador não terá que repartir os lucros gerados com os investidores, tendo assim uma autonomia maior na gestão do empreendimento.

Outra solução pra conseguir recursos necessários pra concretização do projeto é a mão de obra, ou seja, muitas vezes o empreendedor busca uma rede de apoio, rede essa formada através de familiares e amigos dispostos a ajudar tanto com a mão de obra como financeiramente. Porém, é de suma importância ter cuidado com a “ajuda” disponibilizada pelos familiares e amigos, pois nem sempre essas relações prosperam no ambiente organizacional.

Envolvendo a falta de recursos, uma das soluções de muitos empreendedores é a busca por instituições financeiras que compartilhem a mesma missão, visão e valores, instituições que concedem empréstimos ou até mesmo doações para desenvolver as ações que são propostas pelo trabalho social

Tendo em vista o problema envolvendo o marketing, a solução mais eficaz é a utilização dos meios disponíveis para alcançar o objetivo desejado, meios como mudança de hábitos por meio de novas ideias, na divulgação através de redes sociais, na utilização de ferramentas como análise de SWOT, um plano de marketing, dentre outras. Uma empresa que utiliza essas ferramentas geralmente se sobressai no mercado ganhando mais visibilidade.

Apesar dos empreendimentos sociais sofrerem para crescer, muitos conseguem sobreviver através de um planejamento estratégico voltado para os problemas que foram citados acima, solucionando os mesmos, a certeza de sucesso fica mais provável.

4 DISCUSSÃO

4.1 Ashoka

Pode – se mostrar como exemplo de empreendedorismo social de sucesso a Ashoka, empresa criada pelo pai do empreendedorismo social no mundo, Bill Drayton. A Ashoka é uma organização sem fins lucrativos que lidera um movimento global para criar um mundo no qual todas e todos se reconheçam como agentes de transformação positiva na sociedade.

A empresa foi criada em 1980 na Índia e desde 1986 está presente no Brasil, a mesma é considerada a 5ª maior ONG de maior impacto social no mundo, segundo a publicação suíça NGO Advisor. A Ashoka possui um elo muito importante entre as pessoas, as organizações e outros setores. Mais de 3.800 empreendedores sociais foram reconhecidos em todo o mundo, 388 no Brasil, e um pouco mais de 300 escolas transformadoras foram criadas, dentre elas 21 escolas ficam localizadas no Brasil.

A organização está focada em três grandes áreas, o Empreendedorismo Social, que consiste em selecionar empreendedores sociais que mostrem para o mundo onde “todos são agentes de mudança.”. Empatia e Jovens transformadores, nesse programa a empresa segue o princípio de que, o mundo de incertezas e transformações radicais exige uma mudança de paradigmas. O primeiro paradigma é que toda criança pratique a empatia. O segundo é que cada jovem se reconheça como um transformador para o bem de todos. E por último, temos o terceiro programa, organizando a mudança social, o mesmo diz que viver e trabalhar no mundo que está sempre em mudança, exige uma quebra de barreiras para conseguir se destacar. Todos esses programas e projetos são pensados de forma estratégica, pois eles precisam ser agentes de transformação.

De acordo com o Jornal Folha de São Paulo, no ano 2021, 15 jovens empreendedores sociais foram reconhecidos como jovens transformadores. Os mesmos possuem entre 15 e 20 anos de idade e estão à frente de movimentos sociais ou projetos de inovação social que subvertem a lógica da desigualdade em suas comunidades. Dentro desses 15 jovens, mais da metade vem de cidades do interior do país. Está é a segunda vez que a Ashoka elege jovens transformadores no país, em 2019, nove jovens brasileiros foram nomeados. Para Bill Drayton, é preciso alfabetizar os jovens para a mudança em um mundo de constantes transformações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude do que foi mencionado é imprescindível que todos se conscientizem de que o empreendedorismo social é de suma importância para o desenvolvimento local, ou seja, o empreendedorismo é visto como um motor de desenvolvimento socioeconômico e de crescimento de uma nação, gerando emprego e autoemprego de forma sustentável.

Através do surgimento do empreendedorismo social em meados de 1970 por Bill Drayton, o termo começou a ganhar visibilidade em todo o mundo. Com a criação e expansão da Ashoka pelo mundo, o empreendedorismo social cresceu e até hoje segue se adaptando ao ambiente que está inserido, se familiarizando com a realidade e a necessidade de cada uma.

As ações sociais desenvolvidas por esses empreendedores, buscam suprir as necessidades do público contemplado pelo projeto. Necessidades essas que precisam ser supridas pelas autoridades governamentais, mas infelizmente, a realidade é que aqueles que realmente ajudam os que precisam, são aqueles que na maioria das vezes são desfavorecidos de uma renda, de um capital que possa ser suficiente para suprir todas as necessidades, mesmo assim, buscam forças e disposição para ajudar e enfrentar os desafios que surgem na caminhada.

Desafios esses que fazem parte do dia a dia do empreendedor, esses problemas surgem a partir do momento que o projeto está no papel, pois até na elaboração do projeto vários obstáculos aparecem para impedir o desenvolver da ação. Outro empecilho é a falta de recursos, esse problema é um que abrange todo o tipo de empresa, mas especificamente as sem fim lucrativo.

Recursos como pessoas, materiais e dinheiro é de suma importância para o funcionamento da empresa, sem os mesmos a organização não consegue se desenvolver e conseqüentemente não alcança a maturidade. Para alcançar os objetivos propostos no planejamento, é imprescindível o uso do marketing pois sem o mesmo, dificilmente a empresa ganha visibilidade, recursos e um número maior de cooperadores que visam desenvolver o empreendimento. Atuando com uma maior diversidade de setores, o marketing faz com que o sucesso venha com a certeza de que o objetivo foi alcançado.

No término desta pesquisa, teve-se a certeza de que ainda falta muita coisa para pensar e aprender em relação ao empreendedorismo social, para assim concluir o trabalho. Percebe-se também a importância de mais leitura e

conhecimento sobre o assunto estudado, pois um curto período de tempo de estudo foi enriquecedor para obter os resultados esperados. O empreendedorismo é um assunto que sempre está em desenvolvimento, algo novo surge afim de mudar um pouco a visão, tanto no âmbito teórico quanto no prático, com novos desafios que podem surgir no decorrer do tempo. Desafios que podem ser solucionados através de novas pesquisas realizadas para obter assim a conclusão exata do estudo.

REFERÊNCIAS

ASAASBLOG (Joinville). Redação Asaas. **Conheça a História do Empreendedorismo no Brasil**. AsaasBlog, Joinville, 10 out. 2016. Gestão de Negócios, p. 1-2. Disponível em: <https://blog.asaas.com/conheca-a-historia-do-empreendedorismo-no-brasil/>. Acesso em: 20 abr. 2022.

ASHOKA, Empreendedores Sociais. MACKISEY e Cia. Inc. **Empreendimentos sociais sustentáveis**. São Paulo: Peirópolis, 2001.

Barreto, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), p. 190.

Bessant, J., & Tidd, J. (2011). **Innovation and entrepreneurship**. Italy: John Wiley & Sons Ltd. ISBN 978-0-470-71144-

Bolton, B., & Thompson, J. (2000). **Entrepreneurs talent, temperament, technique**. Oxford: Butterworth Heinemann.

BORNSTEIN, David. **Como mudar o mundo: empreendedorismo social e o poder de novas idéias**. [S.l.]: Record, 2005.

CARDOSO, E. N. **Perfil e competências do empreendedor social: O caso academia ubuntu**. EMPREENDEDORISMO SOCIAL, Lisboa, p. 1-133, 2016.

Casaqui, V. (2014). **Concepções e significados do empreendedorismo social no Brasil e em Portugal: crise, performance e bem comum**. *Observatorio (OBS) Journal*, 8(2), 67-82.

DA SILVA, F. P. *et al.* **Empreendedorismo Social**. Revista Científica FacMais, Goiás, ano 2012, v. 2, n. 1, p. 105-111, 2º Semestre 2012.

DAU, G. **Empreendedorismo por necessidade pode ser uma grande oportunidade: Confira dicas do Sebrae para você ter sucesso na sua empresa**. Rede Jornal Contábil, [S. l.], 17 ago. 2022. Portal R7, p. 1-3. Disponível em: https://www.jornalcontabil.com.br/empreendedorismo-por-necessidade-pode-ser-uma-grande-oportunidade/#.Ym_SasjMLrc. Acesso em: 9 mar. 2022.

DE SOUSA, E.G *et al.* **Empreendedorismo social no Brasil: um fenômeno de inovação e desenvolvimento local.** Dialnet, Dimensión empresarial, ano 2011, v. 9, n. 2, 1 jul. 2011, p. 22-34. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3965860>. Acesso em: 11 abr. 2022.

DE SOUZA, Ivan. **Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios.** Rockcontent Blog, Brasil, p. 1-2, 9 jan. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empreendedorismo/>. Acesso em: 30 mar. 2022.

EDITORA GLOBO (Brasil). Pequenas Empresas e Grandes Negócios. **Empreendedorismo atrai 52 milhões de brasileiros em 2018: Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor confirma a retomada do empreendedorismo por oportunidade no país.** Pequenas Empresas e Grande Negócios, [S. l.], 26 fev. 2019. Empreendedorismo, p. 1-2. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2019/02/empreendedorismo-atraiu-52-milhoes-de-brasileiros-em-2018.html>. Acesso em: 2 maio 2022.

GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. São Paulo, Atlas, 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico.** São Paulo: Editora Atlas, 1992. 4a ed. p.43 e 44.

MELO, Natália Maximo e. **SEBRAE e empreendedorismo: origem e desenvolvimento.** 2008. 156 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/1476>. Acesso em: 16 mar. 2022.

MENDES, Jerônimo. **Manual do Empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso.** São Paulo: Atlas 2009.

PMI - PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Guia PMBOK®: Um Guia para o Conjunto de Conhecimentos em Gerenciamento de Projetos**, sexta edição, Pennsylvania: PMI, 2017.

Sarkar, S. (2007). **Empreendedorismo e Inovação.** Lisboa: Escolar Editora. ISBN 978-972-592-209-5

STADLER, A. *et al.* **Empreendedorismo e Responsabilidade Social**. 2. ed. rev. Curitiba: Intersaberes, 2014. v. 4. ISBN 978-855-212-902-9.

THE TRUST PROJECT (Brasil). Folha da Manhã S.A. **Quinze brasileiros são reconhecidos como jovens transformadores pela Ashoka: são dez meninas e cinco meninos à frente de movimentos de inovação social que subvertem lógica da desigualdade**. FOLHA DE S. PAULO, São Paulo, 8 mar. 2021. *Empreendedor Social*, p. 1-2. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2021/03/quinze-brasileiros-sao-reconhecidos-como-jovens-transformadores-pela-ashoka.shtml>. Acesso em: 27 abr. 2022.