



SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: opportunities for change and social development

Wander Moreira da Costa

Centro Universitario UNA – Brasil

wandermc@prof.una.br

RESUMO

Este estudo é resultado da experiência do autor junto ao Instituto Xopotó, localizado na pequena e pobre cidade de Brás Pires - MG, zona da Mata Mineira, onde nasceu e viveu até os 12 anos de idade. O objetivo principal deste trabalho foi demonstrar como o empreendedorismo social é capaz de promover a experiência da inovação, geração de renda e melhoria da qualidade de vida das comunidades. O estudo de caso proveniente da arte da criação de artesanatos manuais, a partir da utilização da palha do milho, desperta novas descobertas, novos atalhos para gerar sentido na vida das pessoas, revelando habilidades como a cooperação, o protagonismo da mulher e o trabalho em equipe, por meio de um projeto que integra o conhecimento de novas competências e promove um ambiente acolhedor e fértil para produções criativas e inovadoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, Desenvolvimento local, Inovação, Oportunidades.

1 INTRODUÇÃO

Na modernidade, as mudanças ocorrem com mais ligeireza, sendo, muitas vezes, incertas, promovendo um ambiente carregado de desafios para quem pretende empreender.

Realizar algo novo, colocar em prática ideias próprias e correr riscos são características de quem possui visão e iniciativa, sem receio de enfrentar as oportunidades oferecidas pelo mercado.

Fundado em Brás Pires, no ano de 1999, o Instituto Xopotó para o Desenvolvimento Social, Econômico e Ambiental é uma organização social, sem fins lucrativos, qualificada pelo Ministério da Justiça, como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). A atuação do instituto busca a promoção do desenvolvimento humano integral e sustentável das comunidades de 25 pequenos municípios, das regiões Centro e Zona da Mata mineiras, denominadas pelo Instituto Território Nascentes do Rio Doce. Nestas regiões estão localizadas as bacias dos rios Xopotó e Piranga, formadores do rio Doce, uma região rica em recursos naturais e humanos, mas que ainda possui um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) médio de 0,705%, considerado um dos menores do País, de acordo com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), do ano de 2000, comparado aos municípios do Vale do Jequitinhonha.

Com as ações dos seus projetos, o Instituto Xopotó vem fomentando o desenvolvimento social, a geração de trabalho e renda e a proteção ambiental, com educação para qualificação profissional e formação da consciência ambiental da população. Para tanto, o Instituto articula parcerias com governos, iniciativa privada, sociedade civil organizada e Instituições de Ensino Superior. Partindo de um diagnóstico social, econômico e ambiental, o objetivo desses projetos é estruturar, estrategicamente e de forma responsável, as potencialidades locais, implementando o empreendedorismo social nas comunidades.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para refletir sobre empreendedorismo social e inovação, segundo Melo Neto e Froes (2001), faz-se necessário compreender que o processo da globalização trouxe problemas sociais como a pobreza e a desigualdade social, como fatores essenciais destes, na década de 1990. O governo, chamado também de primeiro setor, não propicia uma resposta competente, devido à ineficiência das Políticas Públicas nas áreas da educação, da saúde, do esporte e do desenvolvimento econômico.

A ideia do empreendedorismo social evoluiu a partir da necessidade de buscar respostas econômicas e sociais para a comunidade, de promover o bem-estar social, por meio da geração de renda em pequenos negócios que beneficiem a comunidade local.

É fundamental citar neste trabalho, os nomes de Melo Neto & Froes (2001, p.14) autores referenciais no Brasil, que apresentam estudos significativos sobre o empreendedorismo social. Estes autores salientam que um dos principais papéis do empreendedorismo social é a valorização da cidadania. Afirmam que “criam novas organizações, abrem seus próprios negócios, vão à busca de recursos, tecem novas redes de colaboração e apoio mútuo, investem seu tempo e seus poucos recursos naquilo em que acreditam e acalentam dia-a-dia seus sonhos de transformação”.

Trabalhar em prol da sociedade é essencial para um empreendedor social. A sua principal tarefa é criar benefícios duráveis para as pessoas, nas comunidades locais. O perfil deste empreendedor é de visionário, criativo e inovador, com estratégias concretas para a disseminação de suas ideias e que se utiliza de todos os recursos para identificar soluções duradouras e viáveis para a população local.

Autores como Melo Neto (2001), Thalhuber (1998), Dees (1998) e Oliveira (2004) explicam que existem algumas diferenças entre o empreendedorismo social e o empreendedorismo de negócio tradicional. Dentre essas diferenças, conforme elencadas no Quadro 1, a criatividade e a imaginação dos empreendedores sociais se equiparam às dos empreendedores do setor privado.

De acordo com o site da Ashoka (2017), organização mundial sem fins lucrativos, pioneira no trabalho em apoio aos empreendedores sociais, o empreendedor social é visionário, criativo e pragmático. Esta organização foi criada em 1980, pelo norte-americano Bill Drayton, e está presente em mais de 60 países, bem como no Brasil, desde 1986.

Existem diferentes perspectivas entre o empreendedorismo de negócio e o empreendedorismo social. Thalhuber (1998), por sua vez, elaborou algumas diferenças marcantes (Quadro 1).

Quadro 1. Diferenças entre o empreendedor social e o de negócio

Empreendedores de negócio	Empreendedores sociais
Força é experiência pessoal, conhecimento e energia.	Força é sabedoria coletiva e experiência nas organizações, sendo a chave de financiadores.
Foco em pequenos termos financeiros. (ganhos financeiros)	Foco na construção de longos termos da capacitação organizacional.
Sem limite no tipo ou liberdade de ideias.	Ideias baseadas na organização estão na missão e no centro de competências.
Lucro é um fim, objetivo.	Lucro é um significado.
Lucro embolsado e/ou distribuído para	Lucro retorna à organização na ordem

acionistas.	para servir mais pessoas e/ou encontrar grandes resultados.
Riscos pessoas e/ou financiador em ativos.	Riscos ativos organizacionais, imagem e crença pública.

Fonte: (Thalhuber, 1998, p. 65).

Observando as diferenças entre o empreendedorismo social e o de negócio percebe-se que o primeiro possui paixão e humanismo pelas causas sociais, além do ganho de ver uma sociedade melhor, enquanto o segundo aspira ao ganho financeiro, ao lucro (Thalhuber, 1998).

O empreendedor social é aquele capaz de atos de inovação e de adaptação constantes às novas exigências dos consumidores e da economia alternativa. Inovar é a recriação ou a renovação de algo existente, com observações e persistência, em busca de soluções práticas para os consumidores. Segundo Drucker (1987), inovação “é a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza. Qualquer mudança no potencial produtor-de-riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação.” (p.40)

Empreender socialmente é inovar. De acordo com Drucker (1987), isso implica assumir riscos sobre a ideia socialmente responsável, sem abandonar a capacidade de mudanças na estrutura do mercado.

O empreendedorismo social, apesar de pouco difundido, começa a ganhar espaço e valorização no Brasil e no mundo. No Brasil, por exemplo, o jornal Folha de São Paulo, em parceria com a Fundação Schwab - uma organização sem fins lucrativos com sede em Genebra, na Suíça, criada em 1998, por Klalus Schwab - realiza o Prêmio Empreendedor Social, um concurso que busca líderes de Organizações Não Governamentais (ONGs), cooperativas ou empresas sociais e pessoas, que desenvolveram iniciativas inovadoras e sustentáveis para benefícios da comunidade e das pessoas mais necessitadas (Bastos, 2013)

Nota-se, então, segundo Bastos (2013) que os empreendedores sociais despontam como um paradigma de um novo modelo de desenvolvimento: humano, social e sustentável, em que a comunidade autossustentável poderá existir por meio do fomento de ações empreendedoras de cunho social e de novas estratégias de inserção social. (p.25)

Na visão de Melo Neto e Froes (2002) existem algumas características neste processo de transformação da sociedade:

- a) Aumento do nível de conhecimento da comunidade local com relação aos recursos existentes, capacidade e competências disponíveis em seu meio;
- b) Aumento do nível de consciência da comunidade com relação ao seu próprio desenvolvimento;
- c) Mudança de valores das pessoas que são sensibilizadas, encorajadas e fortalecidas em sua autoestima;
- d) Aumento da participação dos membros da comunidade em ações empreendedoras locais;
- e) Aumento do sentimento de conexão das pessoas com sua cidade, terra e cultura;
- f) Estímulo ao surgimento de novas ideias que incluem alternativas sustentáveis para o desenvolvimento;
- g) Transformação da população em proprietária e operadora dos empreendimentos sociais locais;
- h) Inclusão social da comunidade;
- i) Melhoria da qualidade de vida dos habitantes. (p.41)

Conforme sublinhado por Neto e Froes (2002), os empreendedores sociais são aqueles que encontram soluções inovadoras, em larga escala, para os problemas sociais de forma persistente,

o que não quer dizer que, por isso, sejam a resposta para todos os problemas sociais existentes na comunidade.

O empreendedorismo social define-se como um tipo de inovação radical, de ruptura, introduzindo uma gestão totalmente nova na mente dos empresários. Atualmente, o empreendedorismo social agrega valor financeiro e social aos negócios e, conseqüentemente, gera maior vantagem competitiva. Portanto, não basta ter boas ideias, elas precisam ser implementadas e têm que representar algum valor positivo para todos os *stakeholders* (partes interessadas no negócio da empresa, caracterizadas pelos acionistas, empregados, clientes, consumidores, fornecedores, comunidade). Dessa forma, o empreendedorismo social é aquele que deve gerar valor, permeiar toda a organização e tornar-se uma dimensão empresarial estratégica e planejada (Neto e Froes, 2002)

Para ilustrar um pouco mais esse tema tão palpitante, julga-se por bem passar adiante uma narrativa que desperta interesse. Trata-se da história de Bill Drayton, um norte-americano, morador da cidade de Nova Iorque. Quando criança, ele gostava muito de ler sobre personagens que tinham influenciado o percurso da história do mundo. Seu interesse maior era voltado não apenas pelo “o que” fizeram, mas também pelo “como” fizeram. Gandhi, um de seus ídolos, era admirado pela maneira pacifista de enfrentar o poder do império britânico; Luther King, por usar táticas parecidas para enfrentar o racismo na sociedade americana. No entanto, um dos ídolos se destacava para Drayton: um imperador da Índia antiga, chamado Ashoka. Ele admirava a maneira como esse homem pensava nas reformas sociais necessárias para melhorar a vida das pessoas, e como as aplicava, exercendo seu poder de uma forma justa e pacifista (Ashoka, 2010)

No colégio, Bill Drayton criou a “Sociedade do Ashoka”, arrebanhando estudantes para falar sobre justiça social. Na universidade, ele criou uma organização estudantil com o mesmo nome, trazendo líderes sociais para interagir e compartilhar suas ideias com a dos estudantes. Ainda na universidade, Drayton começou a viajar pela Ásia, especificamente para a Índia, e percebeu que, como o Ashoka, havia pessoas empreendedoras e determinadas, desenvolvendo ideias inovadoras para solucionar grandes problemas, que a sociedade tanto exigia. De volta para a sua terra, ele convenceu alguns amigos a investir recursos financeiros em empresas que buscassem a melhoria das condições sociais dos que mais necessitavam. E deu certo. Uma frase muito pronunciada por ele sempre chamava atenção: “não existe nada mais poderoso que uma ideia na mão de um empreendedor social inovador” (Ashoka, 2010)

Segundo Oliveira (2004) o empreendedorismo social, “antes de tudo, é uma ação inovadora voltada para o campo social cujo processo se inicia com a observação de determinada situação-problema local, para a qual se procura, em seguida, elaborar uma alternativa de enfrentamento”. (p.15)

Ainda de acordo com Oliveira (2004) algumas ideias norteavam as ações do empreendedor social, as quais deveriam ser: inovadoras; possíveis de realização; autossustentáveis; envolver várias pessoas e segmentos da sociedade, principalmente, a população atendida; e provocar impacto social, permitindo que os resultados fossem avaliados. (p.15)

Apesar dessas particularidades, percebe-se que há certa semelhança e estreitamento entre o empreendedorismo empresarial e o social. Essa relação próxima tem diferenças significativas, porém complementares, que auxiliam a compreender melhor o empreendedorismo social.

Faz-se necessário ressaltar que o empreendedorismo social não deve ser entendido como responsabilidade social-empresarial. Tampouco como profissão, porque não está regulamentado por um código de ética profissional, não é também uma organização sem fins lucrativos, uma ONG, preocupada com a filantropia ou caridade.

No Quadro 2, os autores Melo Neto e Froes (2002) fazem um esquema comparativo entre as diferenças e as semelhanças do empreendedorismo social e do empreendedorismo empresarial.

Quadro 2. Diferenças entre Empreendedorismo Empresarial e Empreendedorismo Social

Empreendedorismo Empresarial	Empreendedorismo Social
É individual.	É coletivo.
Produz bens e serviços.	Produz bens e serviços à comunidade.
Tem foco no mercado.	Tem foco na busca de soluções para os problemas sociais.
Sua medida de desempenho é o lucro.	Sua medida de desempenho é o impacto social.
Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio.	Visa a respeitar pessoas da situação de risco social e a promovê-las.

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

Nota-se que as diferenças são pequenas, porém importantes; algumas delas significativas são complementares e saudáveis. Atualmente, ainda existem muitas organizações tradicionais que não são empreendedoras. Mantem-se da filantropia e das doações da comunidade, dependem de recursos do primeiro setor – governo – e doações de voluntários para fazer o bem. Seu controle é muito centralizado. Já as organizações empreendedoras trabalham em equipes ou times, agindo com ênfase nas competências e, financeiramente, são autossuficientes (Melo Neto & Froes, 2002).

Aprofundando a análise desse comparativo (Quadro 2), pode-se afirmar que o empreendedorismo nem sempre requer finalidade de lucro. Os empreendedores sociais são sonhadores e querem melhorar a sociedade por meio das ações emergenciais, bem como diminuir o abismo social do século XXI, fruto de um capitalismo desumano e selvagem. As organizações sem fins lucrativos correm contra o tempo, de forma emergente nas soluções para os mais variados problemas sociais, sendo vistas como responsáveis pela busca de soluções dos problemas ligados à educação, à saúde, ao combate à fome, ao lazer e à geração de renda, situações que deveriam ser de responsabilidade do governo (Melo Neto & Froes, 2002).

Diante destas condições, crescem cada vez mais as organizações de interesse civil como as ONGs, capazes de mobilizar a sociedade na criação de projetos de responsabilidade social, principalmente, no combate à pobreza, ao analfabetismo, gerando redes de solidariedade para a superação de graves questões regionais. Um dos maiores exemplos a serem citados, que representa um paradigma, é o Instituto Brasileiro das Análises Sociais e Econômicas (IBASE), criado por Betinho, sociólogo mineiro, da cidade de Bocaiuva. Após viver no exílio, no Chile, na época da ditadura militar, ele voltou para o Brasil e fundou, de forma criativa e inovadora, o movimento intitulado Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida, incitando empresários e empreendedores em geral, a colaborar para a melhoria de vida da população brasileira, na década de 1990. (Costa, 2010)

3 MÉTODO

As características da pesquisa objeto deste artigo, parece ser adequado classificá-la como um estudo de caso descritivo de abordagem quanti-quali. Exploratória porque o ponto de partida foram suposições apenas inspiradas em uma revisão preliminar da literatura disponível sobre os assuntos – empreendedorismo social e inovação – que estão interligado, balizando a pesquisa de

campo e análise dos resultados obtidos através das entrevistas realizadas. O levantamento de campo da pesquisa foi realizado nas propriedades rurais cadastradas pelo Instituto Xopotó no diagnóstico socioeconômico e ambiental dos municípios de Alto Rio Doce, Brás Pires, Cipotânea e Desterro do Melo, no ano de 2016. Foram cadastradas 10 propriedades rurais, em cada município, totalizando no início da pesquisa a participação de 40 produtores rurais. Ao longo do desenvolvimento do projeto, 2 produtores do município de Desterro do Melo e 1 produtor do município de Alto Rio Doce desistiram de participar da pesquisa. Desta forma, trabalhou-se com um público de 37 produtores rurais.

4 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Os pequenos municípios da Zona da Mata Mineira vivem momentos de realização e estão voltados, sobretudo, à geração de renda para a população carente, além da valorização da mulher que até então se encarregava apenas das tarefas domésticas, sem grandes ambições.

O artesanato de palha de milho tem fortalecido a economia da pequena cidade de Brás Pires. As artesãs ingressadas na Associação dos Pequenos Produtores Agroartesanais de Brás Pires (APPAB), por meio do grupo ArtDímio conseguiram diversificar seus produtos e atender o mercado da moda com bolsas e acessórios diferenciados. Os artigos foram tão bem-sucedidos nas principais feiras de bolsas e calçados do Brasil, como a Expira Mais, em São Paulo, que hoje são exportados para cidade de Matsuyama, no Japão.

Na associação, ao todo, são 14 artesãs que produzem cerca de dez artefatos por mês, o que pode gerar até R\$400,00 (quatrocentos reais) de lucro para cada mulher participante. O dinheiro contribui para a melhoria da qualidade de vida das famílias. A associação está aliada ao Instituto Xopotó – uma Organização Não Governamental (ONG) e ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Para melhor compreender o trabalho realizado na associação, a seguir estão descritos alguns dos processos da elaboração dos produtos manufaturados pelas artesãs.

A Figura. 1 reproduz o procedimento inicial: com a palha úmida, tece-se ao redor de uma estrutura de madeira. Neste estágio, torce-se cada pedacinho para fazer a base do produto. São necessárias várias tiras para preencher os espaços.



Figura 1. Estágio 1 da confecção do produto.

Fonte: (Acervo do autor)

Na Figura. 2 observa-se o fechamento do tecido do produto com tiras mais largas de palha. Pode-se usar a mesma estrutura feita no passo anterior para tecer por cima e por baixo dos cantos, deixando o acabamento firme e seguro.



Figura 2. Estágio 2 da confecção do produto.

Fonte: (Acervo do autor)

A FIG.3 demonstra que depois de pronta, deve-se deixar a bolsa ao sol até secar. O tempo de fabricação de cada peça varia muito. Algumas podem levar até oito horas para serem tecidas e cinco para secar.



Figura 3. Estágio 3 da confecção do produto.

Fonte: (Acervo do autor)

A FIG.4 apresenta o produto em fase de acabamento.



Figura 4. Estágio 4 da confecção do produto.

Fonte: (Acervo do autor)

O trabalho das artesãs, feito em palha de milho, resulta em produtos que são até exportados para países como o Japão e começam a ser divulgados na mídia. Além de oferecer às mulheres a oportunidade de realizar um trabalho fora do ambiente doméstico, a atividade gera renda e melhora a qualidade de vida das mulheres e de suas comunidades (Figura 5).

Brás Pires inova artesanato

Brás pires tem projeto de capacitação no artesanato de palha de milho e ganha espaço no setor da moda nacional e internacional.



Artesãs no trabalho com palha de milho

Figura 5. Projeto Art D' mio

Fonte: Consultado em 12 de Dezembro de 2012. Disponível em <http://leilatoledolima.blogspot.com.br/bras-pires-e-destaque-no-artesanato.html>

4.1 Proposta: transformar pessoas em agentes de mudanças sociais

Os empreendedores sociais correspondem a profissionais abertos e flexíveis para o novo, o diferente e para o protagonismo social. Além disso, é oportuno citar também a percepção das oportunidades em meio às contradições, às disparidades sociais e ao caos social reinantes na sociedade hodierna. O empreendedor social é um ser corajoso, capaz de remar contra as verdades absolutas impostas pela ordem social hegemônica, em que somente o 'vale-tudo' e o 'lucro pelo lucro' são válidos, sem abrir possibilidade para um capitalismo igualitário e bem distribuído entre as pessoas, que as provoque a alcançar a meta da transformação social.

O espírito empreendedor é uma capacidade, um potencial presente em qualquer ser humano, no entanto, precisa de um ambiente instigante e motivador para germinar e dar frutos.

O "Instituto Xopotó" é um dos muitos exemplos desse espírito empreendedor, de empreendedorismo social, que visa fazer uma viagem criativa e inovadora, como bem descreve o Grupo Educacional

"uma ação inovadora de empreendedorismo social voltada para o campo social, cujo processo se inicia com a observação de determinada situação-problema local, para a qual se procura, em seguida, elaborar uma alternativa de enfrentamento. Além disso, em seguida, provoca impacto social na comunidade". (Grupo Educacional, 2010, p.15)

Como escrevem os autores Melo Neto & Froes

"O processo de empreendedorismo social exige, principalmente, o redesenho de relações entre comunidade, governo e setor privado, que se baseia no modelo de parcerias, tendo como principal objetivo tirar pessoas da situação de risco social e buscando propiciar-lhes plena inclusão social". (Melo Neto & e Froes, 2000, p.11-12)

Acredita-se que tenha sido possível perceber por meio deste estudo que o empreendedorismo apresenta novas vertentes: o intraempreendedorismo e o empreendedorismo social. É importante ressaltar que os desafios são enormes nesse campo, e que existe ainda o empreendedorismo sustentável ou ambiental sendo desenvolvido.

A ideia básica envolvida no empreendedorismo social é a de se pensar em um novo conceito de desenvolvimento, em que o uso dos recursos ambientais deve respeitar a manutenção dos

processos vitais, em benefício das gerações atuais e futuras, pressupondo uma distribuição equitativa dos ganhos do crescimento econômico.

5 CONCLUSÃO

Durante o processo vivido pelas mulheres, em trabalhar, com criatividade, a palha de milho, a presença e a liderança do Instituto Xopotó foram fundamentais para romper velhos paradigmas, indicando novos desafios, novos sonhos pessoais, sociais e profissionais para a cidade de Brás Pires e para as mulheres envolvidas no artesanato.

Diante das novas inquietações e novidades originadas nesse processo, é importante registrar o estímulo que esse estudo proporcionou para se fazer esta comunicação ao meio acadêmico sobre as inovações e a possibilidade de geração de renda crescente no município, por meio do incentivo do Instituto Xopotó. No entanto, para propor novidades e tomar iniciativas pioneiras, não convencionais, é relevante lutar contra barreiras e mentalidades complexas dentro do processo de criação de novas metodologias de aprendizagem. Portanto, o Instituto Xopotó continuará, como um belo sonho, a possibilitar aos moradores da pequena cidadezinha de Minas Gerais, novas experiências de construção de relações humanas, de novas chances, de novos encontros, de novas responsabilidades, de novas ideias capazes de gerar renda e qualidade de vida para a população.

6 REFERÊNCIAS

- Ashoka (2010), Consultado em 15 de Março de 2010. Disponível em www.ashoka.org.br.
- Ashoka Empreendedores sociais e Mackisey e Cia.(2001) Inc. Empreendimentos sociais sustentáveis. São Paulo: Petrópolis.
- Bastos, Maria Flávia.(2013). Educação e Empreendedorismo Social: um encontro que (trans)forma cidadãos. Belo Horizonte: Mazza Edições.
- Dees, J. Gregory. (1998). Enterprising Nonprofits, Harvard Business Review, January-February.
- DORNELAS, José Carlos Assis. (2005). Empreendedorismo: transformando idéias em negócios (2ª ed.). Rio de Janeiro: Editora Elsevier.
- Drucker, Peter. (1987). Inovação e Espírito Empreendedor (emtrepreneurship): prática e princípios. Publicado pro Cengage Learning Editores.
- Drucker, Peter F. (1996). Administrando em Tempos de Grandes Mudanças, São Paulo: Pioneira.
- Fialho, Francisco Antonio Pereira. (2007). Empreendedorismo na Era do Conhecimento. Florianópolis: Visual Books.
- Filion, L.J. (2004 Abril-Junho) Entendendo intraempreendedores visionistas. Revista de negócios. Blumenau, Vol.9, nº 2, páginas 65-80.
- Grupo Educacional. Consultado em 01 de Julho de 2015. Disponível em <http://grupoeducacionalrs.blogspot.com.br/2010_07_01_archive.html.
- Instituto Xopotó. Consultado em 01 de Julho de 2015. Disponível em:< www.institutoxopotó.org.br.
- OLIVEIRA, Edson Marques.(2004). Empreendedorismo Social: da teoria à prática, do sonho à realidade. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Melo Neto, Francisco Paulo de., & Froes, César.(2001). Responsabilidade Social e Cidadania: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Melo Neto, Francisco Paulo de., & Froes, César.(2002). Empreendedorismo Social. Rio de Janeiro: Qualitymark, .

Talhuber, Jim. The Definition of a Social Entrepreneur, The National Center for Social Entrepreneurs. Consultado em 20 de Abril de 2015. Disponível em: <http://www.socialentrepreneurs.org/entredéf.html>.