

10 - 4 | 2022

Empreendedorismo social como possibilidade para o desenvolvimento de comunidades rurais

Social entrepreneurship as a possibility for the development of rural communities

Paul Anderson de Freitas | Antonio Márcio Haliski | Cleber Fernando Serafin| Everaldo dos Santos

Versão eletrónica

URL: <https://revistas.rcaap.pt/uiips/> ISSN: 2182-9608

Data de publicação: 30-12-2022 Páginas: 10

Editor

Revista UI_IPSantarém

Referência eletrónica

Freitas, P. A.; Haliski, A. M.; Serafin, C. F.; dos Santos, E. (2022). Empreendedorismo social como possibilidade para o desenvolvimento de comunidades rurais. *Revista da UI_IPSantarém. Edição Temática: Ciências Exatas e da Engenharia*. Número Especial: Conferência Internacional em Transformação Digital: Cooperação Internacional, multiculturalidade, trabalho colaborativo e ambientes inclusivos, sustentáveis e resilientes. 10(4), 108-117. <https://doi.org/10.25746/ruiips.v10.i4.29113>

EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO POSSIBILIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DE COMUNIDADES RURAIS

Social entrepreneurship as a possibility for the development of rural communities

Paul Anderson de Freitas

Isulpar - Instituto Federal do Paraná, Brasil

paul@isulpar.edu.br | ORCID 0000-0003-0821-7928

Antônio Márcio Haliski

Instituto Federal do Paraná, Brasil

antonio.haliski@ifpr.edu.br | ORCID 0000-0001-8373-8796

Cleber Fernando Serafin

Instituto Federal do Paraná, Brasil

antonio.haliski@ifpr.edu.br | ORCID 0000-0001-8373-8796

Everaldo dos Santos

Instituto Federal do Paraná, Brasil

everaldo.santos@ifpr.edu.br | ORCID 0000-0003-0068-1670

RESUMO

Este artigo teve como objetivo apresentar uma breve revisão teórica e análise bibliográfica dos conceitos de empreendedorismo convencional/tradicional e empreendedorismo social/comunitário, discutindo suas características e especificidades. A metodologia utilizada foi revisão teórica e análise bibliográfica. A ideia consiste em mostrar que elementos no que se define como empreendedorismo social podem ser utilizados para desenvolver comunidades rurais, visto que elas carecem de organização para se desenvolverem. Assim, a pesquisa não terá como foco as dinâmicas das comunidades, mas nos elementos do empreendedorismo que podem ser aplicadas a elas. Como resultado, espera-se que elementos e condições que contribuam para avanços na economia solidária.

Palavras-chave: Empreendedorismo Convencional e Social, Comunidades Rurais, Geração de Renda, Condições de Vida.

ABSTRACT

The aim of this article was to present a brief theoretical review and bibliographic analysis of the concepts of conventional/traditional entrepreneurship and social/community entrepreneurship, discussing their characteristics and specificities. The methodology used was theoretical review and literature analysis. The idea is to show that elements of what is defined as social entrepreneurship can be used to develop rural communities, since they lack organization to develop. Thus, the research will not focus on the dynamics of the communities, but on the elements of entrepreneurship that can be applied to them. As a result, it is expecting that elements and conditions that will contribute to advances in the solidarity economy.

Keywords: Conventional and Social Entrepreneurship, Rural Communities, Income Generation, Living Conditions.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil o empreendedorismo ganha força no contexto da década de 1990, a bibliografia nacional ainda é tímida para pesquisas sobre empreendedorismo social, no entanto, o termo empreendedorismo é largamente utilizado dentro dos estudos relacionados à administração de empresas, sendo seu estudo e prática essenciais para o bom funcionamento do negócio, vez que busca apresentar os principais pontos relacionados à postura, habilidade, ideias, conhecimento, inovação, crescimento, resolução de problemas, alcance de metas, entre outros.

O empreendedorismo social, no Brasil, surgiu como importante mecanismo de estratégias para desenvolvimento social em comunidades desfavorecidas dos investimentos públicos ou privados. Nas comunidades rurais, destacam-se a luta camponesa por espaço e a resistência para permanecerem no campo, até mesmo pela criação de legislações ambientais que restringem o uso do solo, prática de caças e pescas destes povos tradicionais, que, em muitos casos, são forçados a buscarem outros modos de trabalho e renda para sua subsistência.

É nesse sentido que o foco pode ser direcionado em alternativas que conciliem o desenvolvimento econômico com o ambiental, para o atendimento da legislação em vigência.

I - garantir aos povos e comunidades tradicionais seus territórios, e o acesso aos recursos naturais que tradicionalmente utilizam para sua reprodução física, cultural e econômica; II - solucionar e/ou minimizar os conflitos gerados pela implantação de Unidades de Conservação de Proteção Integral em territórios tradicionais e estimular a criação de Unidades de Conservação de Uso Sustentável; III - implantar infraestrutura adequada às realidades socioculturais e demandas dos povos e comunidades tradicionais; IV - garantir os direitos dos povos e das comunidades tradicionais afetados direta ou indiretamente por projetos, obras e empreendimentos; (Decreto nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007, Art. 3º).

Neste contexto, observa-se diversos debates na academia sobre o Decreto nº 6.040 que institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais (PNPCT). As discussões são controversas, pois existem interpretações distintas, embora, na maioria dos casos, ocorrem questionamentos ao processo de criação de unidades de conservação e não necessariamente às suas expertises. Todo caso, para a construção e idealização de qualquer empreendimento social, a importância de uma comunicação eficaz com a comunidade e seus atores é essencial para alcançar resultados satisfatórios, pois, nenhum conhecimento deve ser desprezado, e estas pessoas devem ser ouvidas, observadas e sentidas, havendo diálogo com todos os envolvidos no processo.

Isso caracterizaria o que Haliski (2013) chama de diálogo de saberes

O diálogo de saberes é a conjunção entre diversos aspectos do processo de construção de alternativas socioambientais, cujo princípio motor é a ação dialógica entre o cognitivo, o cultural, o político e o tecnológico. O cognitivo valoriza saberes oriundos do acúmulo de práticas e experiências do agricultor que aprende com a natureza o respeito aos seus limites e potencialidades; a abertura para os saberes científicos também é uma virtude que pode trazer ganhos na forma de explorar os recursos naturais, em benefício dos indivíduos envolvidos, das comunidades e dos ecossistemas. (HALISKI, 2013, p.184).

Para Lisboa (2005), “um empreendimento econômico abre mão da possibilidade de maximizar o lucro em função de uma perspectiva social e ecológica” (LISBOA, 2005, p. 110), conforme o autor, em uma comunidade o lucro resume-se em ter alimento suficiente para o consumo, preservando os recursos naturais, em contraste com o entendimento de lucro a “qualquer custo” do mercado capitalista.

Diante disso, é possível apresentar de forma crítica os interesses privados/individuais e os interesses gerais. Em outras palavras, “a economia de mercado não é em absoluto um fim em si. Ela não passa de um instrumento; e não é só isso, um instrumento bastante imperfeito, se levarmos em conta a divergência possível entre o interesse particular dos indivíduos, dos grupos sociais e das nações, e o interesse geral” (TIROLE, 2020, p. 11).

Desta forma, o objetivo desse trabalho foi apresentar uma breve revisão teórica e análise bibliográfica dos conceitos de empreendedorismo convencional/tradicional e empreendedorismo social/comunitário, discutindo suas características e especificidades.

Assim, este artigo permitirá sua utilização como base de estudo por empreendedores sociais que buscam começar um negócio e/ou estruturar o seu empreendimento, potencializando os métodos e saberes já existentes, buscando melhores condições de vida, gerando trabalho e renda, visando sempre o bem-estar social, analisando os movimentos empreendedores sociais.

2 MÉTODOS

Foi realizado uma pesquisa descritiva e exploratória, que conforme (KOCHE, 1997, p. 126), “pressupõem que o investigador tenha um conhecimento aprofundado a respeito dos fenômenos e problemas que está estudando. Há casos, porém, que não apresentam ainda um sistema de teorias e conhecimentos desenvolvidos.

A metodologia utilizada foi revisão teórica e análise bibliográfica, com levantamento de diferentes fontes como livros, teses, site organizacionais, a fim de analisar e diferenciar os conceitos de empreendedorismo convencional e social, comparando os diversos entendimentos, trazendo à tona, questões que surgem referentes ao tema proposto. Portanto, os métodos que foram utilizados, visaram contextualizar e compreender melhor o conceito de empreendedorismo, comparando as semelhanças e diferenças entre o convencional e o social.

3 RESULTADOS

Ao analisar o quadro 1, ficam evidentes as diferenças que resultam em duas lógicas distintas de pensar o empreendedorismo. Enquanto no empreendedorismo convencional prevalecem os objetivos do negócio, no empreendedorismo social os objetivos dizem respeito à comunidade com suas práticas e ideologias. De um lado, busca-se o lucro financeiro como meta principal da ação empreendedora, do outro lado, o alvo principal é o bem-estar social, gerando trabalho e renda suficiente para o “gasto”, sem a necessidade de reservas ou grandes estoques.

De acordo com os autores, o quadro abaixo resume bem as principais diferenças entre o empreendedorismo convencional e o social:

Quadro 1

Quadro com resumo das principais diferenças de empreendedorismo convencional e empreendedorismo social.

Empreendedorismo Convencional	Empreendedorismo Social
1. É individual	1. É coletivo
2. Produz bens e serviços para o mercado	2. Produz bens e serviços para a comunidade
3. Tem o foco no mercado	3. Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais
4. Sua medida de desempenho é o lucro	4. Sua medida de desempenho é o impacto social
5. Visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	5. Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las.

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

4 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

O conceito de empreendedorismo abrange a habilidade de o empreendedor saber administrar, coordenar e realizar serviços, desse modo, o surgimento do termo pode ser explicado por Tavares (2009):

A palavra “empreendedor” é derivada da palavra de origem latina “imprehender”, e foi incorporada ao português no século XV, empreendedorismo é, no entanto uma expressão surgida do inglês “entrepreneurship” a qual por sua vez vem do francês “entrepreneur” na qual foi acrescentado o do sufixo inglês “ship” (TAVARES, 2009, p. 89).

Dolabela (2009, p. 91), pontua o conceito de empreendedor como utilizado para designar as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção e organização. “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se a pessoa vive em ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio”.

Uma pessoa empreendedora pode transformar sua vida, uma empresa ou uma comunidade, com suas habilidades de promover inovação, auto-realização e motivação das pessoas envolvidas em determinado projeto, como afirma Dolabela (2006):

O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma alguém que acredita que pode alterar o mundo. É protagonista e autor de si mesmo e, principalmente, da comunidade em que vive. (DOLABELA, 2006, p. 31).

Para Hisrich e Peters (2004), uma definição preliminar do termo empreendedorismo é atribuída a Marco Polo¹, o qual tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente, assinando um contrato com um investidor para vender as mercadorias deste. Nesse período, o aventureiro empreendedor assumia um papel ativo, correndo todos os riscos econômicos e físicos do negócio.

¹ Marco Polo foi um mercador, embaixador e explorador veneziano cujas aventuras estão registradas em “As Viagens de Marco Polo”, um livro que descreve para os europeus as maravilhas da China, de sua capital Pequim e de outras cidades e países da Ásia.

No entendimento de Dornelas (2001, p. 98), afirma que atualmente vivemos a era do empreendedorismo e são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Pesquisas voltadas ao tema de empreendedorismo causam longas fases de construções acadêmicas, tendo em decorrência desse processo, novos estudos que são produzidos diariamente por se tratar de algo que se tem visto em constante crescimento mundial. Esses motivos se dão pela propagação da palavra empreendedorismo, do ser empreendedor, colocando-a em um tema amplo e aberto a ser questionado e estudado.

No entanto, o professor e consultor em administração Peter Drucker (1974), classifica empreendedorismo como:

A prática; a visão de mercado; e a própria evolução, abordando também que o trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente. [...] Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática. (DRUCKER, 1974, p. 179).

Segundo o autor, empreendedorismo é a própria ação ou força motriz empreendedora na prática, transformando o futuro dos envolvidos no negócio², proporcionando um norte na visão da empresa e onde ela imagina chegar.

Quando aplicável, nesta seção devem ser apresentados os dados obtidos sob a forma de resultados, sem interpretações ou comentários. As tabelas e figuras aqui incluídas devem ser referenciadas no texto, e devem seguir as normas de formatação abaixo indicadas. A descrição das tabelas e das figuras deve anteceder as mesmas, devendo complementar e não repetir o que possa estar descrito nas mesmas.

O empreendedorismo social aplica a sua metodologia e as suas estratégias, com o propósito de promover impactos que possam favorecer a autonomia econômica e a organização social de determinado grupo ou comunidade. De acordo com Melo Neto e Froes (2002, p.31) “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 (2002, p.11 e 12) “[...] retirar pessoas da situação de risco social e [...] o foco é nos problemas sociais, e o objetivo a ser alcançado é a solução a curto, médio e longo prazos destas questões [...] buscando propiciar-lhes plena inclusão social”.

Mesmo quando uma comunidade recebe algum apoio público ou privado, antes da ação empreendedora ser executada, para seu êxito, é importante e essencial a comunicação com esta comunidade, e deve envolver todos os participantes, ouvindo e sentindo suas necessidades, anseios, planos, considerando os saberes e técnicas existentes, educando e orientando sobre novas práticas e tecnologias que poderão potencializar os resultados, conforme afirma Haliski (2013) em sua tese:

[...] saber conviver com o desenvolvimento de novas tecnologias que sirvam para melhor transformar a natureza, tanto em seu próprio benefício como para os coletivos humanos envolvidos. As comunidades locais devem saber valorizar suas histórias de vida e o acúmulo de suas experiências históricas e culturais, traduzindo-as nos processos educacionais e informativos, utilizando-se dos meios mais eficazes de comunicação da atualidade. (HALISKI, 2013, p.185).

De acordo com o Haliski, histórias e culturas precisam ser preservadas, porém, a comunicação eficaz entre os envolvidos de um processo empreendedor, pode resultar em aceitação de novas tecnologias, somadas as experiências, técnicas e conhecimentos locais, repassadas de pais para filhos.

² A palavra “negócio” tem a sua origem no latim “NEGOTIUM”, ‘atividades de compra e venda’, o que literalmente quer dizer ‘ausência de folga’ – da combinação de ‘NEC’, advérbio de negação, mais ‘OTIUM’, ‘folga, ócio’ ou negar o ócio e trabalhar.

O economista Yunus (2010), conceituou em sua obra empreendedorismo social como:

Tem a característica de ser autossustentável, ou seja, gerar renda suficiente para cobrir as próprias despesas. Uma parte do excedente econômico criado pelo negócio é investida em sua expansão, enquanto outra parte é mantida como reserva para cobrir gastos inesperados. Assim, o negócio social é descrito como “uma empresa que não envolve perdas e não paga dividendos”, ele é inteiramente dedicado à realização de um OBJETIVO social. (YUNUS, 2010, p. 10).

Muhammad Yunus³ é considerado um dos pais do empreendedorismo social e esta obra é um dos pilares do movimento no mundo. Na obra “Criando um Negócio Social”, ele demonstra como o empreendedorismo social transforma vidas, oferece conselhos práticos para aqueles que desejam empreender negócios sociais, explica como políticas públicas e privadas devem se adaptar para abrir espaço ao modelo de negócios sociais. (ADMINISTRADORES.COM, 2015).

Os Sete Princípios do negócio social para Yunus (2010):

1. O Objetivo do negócio social é a superação da pobreza ou de um ou mais problemas em áreas como educação, saúde, acesso à tecnologia, meio ambiente etc., que ameaçam as pessoas e a sociedade – e não a maximização dos lucros; 2. A empresa alcançará a sustentabilidade econômica e financeira; 3. Os investidores recebem de volta apenas o montante investido. Não se paga nenhum dividendo além do retorno do investimento inicial; 4. Quando o montante do investimento é recuperado, o lucro fica com a empresa para cobrir expansões e melhorias; 5. A empresa será ambientalmente consciente; 6. A força de trabalho recebe salários de mercado e desfruta condições de trabalho melhores que as usuais; 7. Faça-o com alegria! (YUNUS, 2010, p. 21).

Yunus defende empreendedorismo social como solução para superação da pobreza, quando determinada sociedade ou comunidade alcançar sustentabilidade econômica, não visando a maximização de lucro como meta principal, e sim, a geração de trabalho em melhores condições, sendo o objetivo principal da sua missão, a erradicação da pobreza.

De acordo com o consultor em administração Brinckerhoff (2000):

O centro do empreendedorismo social é uma boa administração. [...] os empreendedores sociais são pessoas que estão constantemente procurando novas maneiras de servir seus colaboradores e adicionar valor aos serviços existentes. [...] os empreendedores sociais devem: a) estar dispostos a correr riscos razoáveis em favor das pessoas as quais a organização serve; b) entender a diferença entre precisar e querer; c) entender que todos os recursos alocados são realmente investimentos administrados; d) pesar o retorno social e financeiro de cada um dos investimentos; e, e) sempre possuir uma missão, mas saber que sem dinheiro, não há missão que se conclua. (BRINCKERHOFF, 2000, p. 11).

O dinheiro é necessário em qualquer empreendimento, alocação de recursos que, quando bem administrados, retornarão para uma empresa como lucro financeiro ou para uma comunidade como geração de trabalho e renda, proporcionando o bem-estar social.

Como diz Bornstein (2006, p. 15) “os empreendedores sociais têm um profundo efeito sobre a sociedade, apesar de a sua função corretiva continuar pouco compreendida e valorizada. Embora tenham sempre existido, a presença deles está aumentando atualmente”. Por empreendedor social, Bornstein (2006, p. 16) entende como sendo indivíduos que têm forças transformadoras: “Gente com novas ideias para enfrentar grandes problemas, incansáveis em busca de seus ideais”, homens e mulheres que não aceitam um “não” como resposta e que não desistirão até disseminarem as suas ideias o mais amplamente possível.

As ações empreendedoras proporcionam uma base econômica capaz de assegurar o surgimento de novos empreendimentos, bem como sua sustentabilidade. A base social garante a solidariedade,

³ É um economista e banqueiro bengali. Em 2006 foi laureado com o Nobel da Paz. É autor do livro “Banker to the poor”, (em Português, *O banqueiro dos pobres*). Formou-se em Economia em Bangladesh, doutorou-se na Universidade Vanderbilt, foi professor na Universidade de Dhaka.

o que viabiliza o surgimento de empreendimentos cooperativos, em um processo de transformação da sociedade que se caracteriza pela presença dos seguintes elementos, segundo Melo Neto e Froes (2002):

a) aumento do nível de conhecimento da comunidade local com relação aos recursos existentes, capacidades 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 auto-estima; 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.” (MELO NETO e FROES, 2002, p. 41).

Quando aplicável, após a apresentação dos resultados, a sua discussão deve interpretar, examinar e qualificar os dados e os resultados atingidos (e somente a estes). Deve ser dada ênfase à comparação com outros estudos (se aplicável).

Ao estudar comunidades, vemos como suas principais características a homogeneidade, a base territorial e o sentimento de localidade (pertencimento) a um grupo ou povo, considerando sua história, cultura, valores, organização e sentimento comunitário. No Brasil, muitas regiões utilizam o termo “comunidade rural”, como pessoas que vivem em áreas rurais e partilham dos mesmos costumes e tradições, conforme os autores Maclver e Page (1973, p. 123), “a comunidade é, pois, uma área de vida social assinalada por certo grau de coesão social⁴. Ainda sobre comunidade, Maclver e Page definem:

[...] para quem ela existe onde quer que os membros de qualquer grupo, pequeno ou grande, vivam juntos de tal modo que partilham, não deste ou daquele interesse, mas das condições básicas de uma vida em comum. [...] O que caracteriza comunidade é que a vida de alguém pode ser totalmente vivida dentro dela. Não se pode viver inteiramente dentro de uma empresa comercial ou de uma igreja; pode-se viver inteiramente dentro de uma tribo ou de uma cidade. O critério básico da comunidade, portanto, está em que todas as relações sociais de alguém podem ser encontradas dentro dela. Maclver & C. Page (1973, p.122).

Assim, podemos ver que em uma comunidade, seus atores possuem uma identidade natural e espontânea, com um forte laço de solidariedade, vida e objetivos em comum, sentimento de “pertencimento” e participação ativa nos trabalhos, eventos sociais e decisões políticas, que reforcem a comunhão desta comunidade.

De acordo com a Legislação Ambiental Básica (2007):

I - Povos e Comunidades Tradicionais: grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição; II - Territórios Tradicionais: os espaços necessários a reprodução cultural, social e econômica dos povos e comunidades tradicionais, sejam eles utilizados de forma permanente ou temporária, observado, no que diz respeito aos povos indígenas e quilombolas, respectivamente, o que dispõem os arts. 231 da Constituição e 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias e demais regulamentações; e III - Desenvolvimento Sustentável: o uso equilibrado dos recursos naturais, voltado para a melhoria da qualidade de vida da presente geração, garantindo as mesmas

⁴ Coesão – do latim “*cohaesum*”, é a ação e o efeito de aderir ou reunir as coisas entre si. disc. fig. unidade lógica, coerência de um pensamento, relacionamento harmônico.

Coesão Social - para a sociologia é o sentido de pertencer a um espaço comum ou o grau de consenso dos integrantes/membros de uma comunidade.

possibilidades para as gerações futuras. (Decreto nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007, Art. 3º).

Criado em 2005, na Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, a IESOL (Incubadora de Empreendimentos Solidários), é um programa de extensão, tendo como objetivo principal fomentar, organizar e consolidar empreendimentos econômicos solidários (EES) na região de Ponta Grossa e Campos Gerais.

Nosso compromisso é contribuir com a constituição e consolidação da Economia Solidária (ECOSOL), ao promover princípios como autogestão, cooperação, participação direta, valorização dos saberes locais, sustentabilidade, justiça social, além da geração de trabalho e renda a partir da organização coletiva dos trabalhadores. Além disso, buscamos integrar estes princípios e objetivos às políticas públicas de desenvolvimento local, regional e de segurança alimentar, sempre com o foco na valorização do ser humano acima do lucro. (IESOL, 2005).

Constituído por equipes multidisciplinares, professores, funcionários, estagiários, bolsistas e voluntários que trabalham com empreendimentos econômicos solidários de diversos segmentos, como artesanatos, recicladores de lixo, jardinagem, assentamentos rurais, agricultores familiares, entre outros. A IESOL trabalha com assessorias aos empreendimentos locais, com objetivo essencial na geração de trabalho e renda a população menos favorecida, sendo uma “ponte” no diálogo entre universidade e comunidade, fundamental para a eficácia do empreendimento.

A estratégia analítica empregada na pesquisa, é descrita em forma de análise de frequências do conteúdo, o qual leva o leitor a utilizar elementos reais para a construção do conhecimento científico. Nesse modelo analítico são utilizados não apenas conceitos substanciais ou tópicos, mas sim, provocam uma análise mais profunda (além da empírica) das dimensões inerentes ao tema.

5 CONCLUSÃO

Neste artigo foi possível identificar semelhanças e diferenças existentes entre empreendedorismo convencional e o social e como isso pode ser utilizado como uma possibilidade para o desenvolvimento de comunidades, potencializando e otimizando os resultados de uma ação empreendedora.

Enquanto o empreendedor convencional busca a maximização do lucro e geração de riquezas aos proprietários/investidores, como principal meta ou objetivo, o empreendedor social visa promover o bem-estar da coletividade, melhorias das condições de vida das pessoas, ouvindo e dialogando com a comunidade para sentir suas necessidades, considerando as técnicas e saberes tradicionais para utilização de novas tecnologias ou conhecimento científico, que possam potencializar e melhorar os resultados.

6 REFERÊNCIAS

ALVES, A.R.QUADROS, D.A.; MENEZES, E.C.O.;SULZBACH, M.T.; LOPES, P.R.; DENARDIN, V.F. Dimensões e perspectivas da sustentabilidade territorial. In: Saber e Fazer Agroecológico (orgs) Antonio Marcio Haliski, Keila Cássia Santos Araújo Lopes, Paulo Rogério Lopes, Rosana Silveira Jammal Padilha. Curitiba, CRV, 2021.

ADMINISTRADORES.COM, Artigos de Empreendedorismo. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/os-5-livros-indispensaveis-para-empreendedores-sociais/92476/>. Acesso em: 12/03/2019.

BORNSTEIN, D. Como mudar o mundo: empreendedores sociais e o poder das novas ideias. Rio de Janeiro: Record, p. 15 e 16, 2006.

BRINCKERHOFF, P. C. Social Entrepreneurship: the art of mission-based venture development, John Wiley & Sons, Inc.: New York, 2000.

DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor. São Paulo, p. 91, 2009.

- O Segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 30. ed. São Paulo: Editora de Cultura, p. 31, 2006.
- DORNELAS, J. C. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Ed. 2. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- DRUCKER, P. F. O Gerente Eficaz. São Paulo: Zahar, 1974.
- HALISKI, A. M. Formação e atualidade histórica de um grupo de agricultores entre Santa Catarina e Paraná: disputas sobre os usos da natureza e ambiente. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Paraná, p. 184, 185, 2013.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- IESOL, Projeto fortalecimento da economia solidária nos campos gerais.
Disponível em: <https://iesol.webnode.com/projetos/>. Acesso em: 09/07/2019.
- KOCHE, J. C. Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1997.
- LEGISLAÇÃO AMBIENTAL BÁSICA. A política nacional de desenvolvimento sustentável dos povos e comunidades tradicionais. Decreto nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007, Art. 3.
Disponível em:
http://www.mma.gov.br/estruturas/secex_conjur/_arquivos/108_12082008084425.pdf .
Acesso em: 12/07/2019.
- LISBOA, A. M. Economia solidária e autogestão: imprecisões e limites. IRAE – revista de administração de empresas, vol. 45, n.º 3; São Paulo Fundação Getúlio Vargas, ju./set., p. 110, 2005.
- MACIVER, R. M.; PAGE, C. H. Comunidade e sociedade como níveis de organização da vida social. In: FERNANDES, F. (Org.). Comunidade e sociedade leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, p. 122, 123, 1973.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C. Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, p. 11, 12, 31, 41, 2002.
- TAVARES, V. A. L. Tratado financeiro bíblico: uma perspectiva sobre o comportamento social com relação a bens materiais e a vida cristã. Clube dos Autores, 2009.
- TIROLE, J. Economia do bem comum - Uma abordagem otimista para a economia do século XXI, trad. Andre Telles, São Paulo: Zahar, 2020.
- YUNUS, M. Criando um negócio social – como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Editora: Elsevier, Rio de Janeiro, 2010.