

RENATA DA CONCEIÇÃO CRUZ

EMPREENDEDORISMO SOCIAL:

Uma abordagem sobre a questão de gênero no Brasil

Mestrado em Administração de Empresas

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

São Paulo

2007

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

RENATA DA CONCEIÇÃO CRUZ

EMPREENDEDORISMO SOCIAL:

Uma abordagem sobre a questão de gênero no Brasil

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas, sob a orientação do Professor Doutor Antonio Vico Mañas.

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

São Paulo

2007

APROVAÇÃO DA BANCA EXAMINADORA

São Paulo, ____ de _____ de 2007.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu falecido avô materno, Antonio de Pina, minha primeira referência de empreendedor, um grande homem que certamente deixou um legado.

Dedico também a minha mãe Piedade, companheira de todos os momentos, que me acalma com tamanha complacência e amor incondicional. E ao meu pai que muito amo, Antonio Sérgio, que me ensinou muito mais do que imagina.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, sobretudo, a Deus, por ter me impulsionado a mais esta conquista. Agradeço aos meus pais, aos meus irmãos Tony, Flávio e Júlio César, ao meu sobrinho Gustavo, minhas cunhadas Isabela e Rita, minha madrinha Helena, aos meus tios e tias, primos, enfim, todos os meus familiares que são personagens vivos desta minha história. Agradeço a todos os meus amigos e colegas que não me deixaram desistir e que, mesmo quando eu não mais acreditava, não deixaram de acreditar que eu iria vencer esta jornada. Quero registrar que amo vocês, pois fazem parte da minha vida.

Agradeço especialmente ao meu orientador Professor Doutor Antonio Vico Mañas pela paciência e especial atenção que me dedicou durante estes anos de convivência, um grande incentivador, que me inspirou a ingressar no mestrado após um ano da conclusão de minha graduação em Administração de Empresas, na Universidade São Judas Tadeu.

Agradeço também a atenção dedicada pela Professora Livre Docente da USP, Maria de Lourdes Manzini-Covre, que gentilmente aceitou participar desta minha jornada como professora convidada e que me auxiliou muito com suas considerações na qualificação. Agradeço as palavras de apoio e incentivo e a atenção sempre gentil que me acolhe quando nos falamos.

Agradeço ao Professor Doutor Luciano Prates Junqueira, Coordenador do curso de Pós Graduação em Administração de Empresas na PUC-SP, pelas contribuições efetuadas durante a qualificação e por gentilmente aceitar o convite de compor a banca examinadora. Agradeço em especial pela acessibilidade e carinho com que trata os alunos.

Agradeço a todos os professores do curso de Pós-graduação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, que tanto contribuíram para o meu aprendizado. Em especial ao Professor Doutor Carlos Osmar Bertero, que em uma de suas aulas despertou-me o interesse em efetuar um estudo sobre gênero, quando citou a carência de estudos voltados ao tema nos cursos de administração.

Agradeço aos meus colegas de trabalho pelo apoio, paciência e compreensão, e ao Grupo Pão de Açúcar que contribuiu através de bolsa de estudos para que eu pudesse dar este grande passo na minha vida pessoal e profissional.

Agradeço a Ashoka pela atenção e aos empreendedores sociais ligados ou não a ela, que gentilmente contribuíram para esta pesquisa e deram um pouco de sua força para que eu prosseguisse com este estudo.

Por fim, agradeço a pessoa que todos os dias eu vejo através do espelho e que muitas vezes esqueço de reconhecer o potencial que ela possui. Agradeço-me e parabenizo-me por este momento sublime de realização!

RESUMO

Atualmente, temas como o terceiro setor, voluntariado e empreendedorismo social estão em evidência por tratarem de problemas sociais não resolvidos pelo estado. Neste contexto, o empreendedorismo social, um assunto relativamente novo, surge como uma vertente do empreendedorismo privado, mas com algumas diferenças quanto ao objetivo: deixar de lado o lucro individual para voltar-se à resolução de problemas de comunidades, grupos sociais ou áreas específicas como saúde, meio ambiente, educação, entre outras. Esta pesquisa buscou analisar este novo movimento, focando a questão de gênero no ambiente social. Inicialmente, foi efetuado um levantamento bibliográfico sobre assuntos relacionados como terceiro setor, voluntariado, empreendedorismo e gênero. Tal pesquisa teve o objetivo de criar uma sustentação teórica para a discussão do tema. Posteriormente, foi realizada uma pesquisa qualitativa e quantitativa com uma amostra de empreendedores sociais que resultou em trinta questionários preenchidos e três entrevistas individuais. A hipótese de que os empreendedores sociais já haviam atuado no empreendedorismo privado não foi confirmada. Já a hipótese de que os empreendedores possuíam renda acima da média e elevado grau de escolaridade, o que os permitia atuar em questões sociais, pois suas necessidades básicas tinham sido supridas, confirmou-se. Os resultados apontaram também que os empreendedores de ambos os gêneros reconhecem a competição no setor social, e mais da metade da amostra acredita que há competição entre gêneros no setor. Além disso, foi observado que os empreendedores acreditam que existe uma maior concentração do gênero feminino nas áreas de educação e saúde, e do gênero masculino nas áreas de desenvolvimento econômico e meio ambiente. No entanto, tais análises, poderão ser ampliadas com o desenvolvimento de novas pesquisas.

Palavras-chave: empreendedorismo social, gênero, terceiro setor

ABSTRACT

Nowadays, themes like third sector, volunteerism, and social entrepreneurship are highlighted for they are social problems yet to be dealt with by the state. Based on this context, social entrepreneurship, a relatively new concept, arises as a new form of private entrepreneurship but with some differences regarding their objectives: stop seeking personal profit in order to seek solutions for problems from communities, social groups and from specific areas such as health, environment and education, among others. This research aimed at the analysis of this new form of entrepreneurship focusing on the genre issues of the social environment. Initially, it was done a bibliographical research on topics like third sector, volunteerism, social entrepreneurship and genre, this research intended to create a theoretical base for the discussion of such theme. Later a qualitative and quantitative research was done with a sample of social entrepreneurs which resulted on thirty surveys answered in three private interviews. The thesis that social entrepreneurs had already been in the private entrepreneurship has proven to be incorrect. Nonetheless the thesis that these entrepreneurs had above average income and a high instruction level, which allowed them to deal with social issues since their basic needs had been taken care of, has proven to be true. The results have showed also that entrepreneurs from both genres acknowledge the competition in the social sector, and over half of the sample believes that there is a genre competition in the sector. Furthermore, it has been observed that there is a higher concentration of women in the education and health areas and men in economic development and environment areas. However such conclusions can be broadened by the development of new researches.

Keywords: social entrepreneurship, genres, third sector

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Mapa-mundi com a distribuição de alguns empreendedores da Ashoka Global	76
---	-----------

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Taxa de mortalidade das empresas	45
Gráfico 2 - Brasileiros com 10 anos ou mais de idade segundo o sexo e as classes de rendimento mensal - 2004	60
Gráfico 3 - Brasileiros com 10 anos ou mais de idade segundo o sexo e os grupos de estudo	61
Gráfico 4 - Perfil do voluntariado brasileiro segundo o sexo.....	67
Gráfico 5 - Tempo de atuação do empreendedor como empreendedor social	100

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Práticas para a realização de projeto de produto sustentável	31
Quadro 2 - As correntes de pensamento sobre o empreendedorismo	41
Quadro 3 - Diferenças entre empreendedorismo privado e empreendedorismo social	49
Quadro 4 - Variáveis da pesquisa	84
Quadro 5 - Perfil dos entrevistados	93
Quadro 6 - Trechos da definição de empreendedor na visão da amostra	102
Quadro 7 - Trechos da visão dos empreendedores sociais sobre a relação homem-mulher no setor social	124

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Evolução da razão de empreendedores de negócio em estágio inicial por gênero	65
Tabela 2 - Distribuição de empreendedores sociais da Ashoka por gênero e área de atuação	86
Tabela 3 - Gênero do empreendedor social por faixa etária.....	88
Tabela 4 - Gênero do empreendedor social por escolaridade	89
Tabela 5 - Gênero do empreendedor social por renda individual (média mensal).....	90
Tabela 6 - Gênero do empreendedor social por área de formação.....	91
Tabela 7 - Gênero do empreendedor social por área de atuação	92
Tabela 8 - Empreendedores sociais ligados ou não a Ashoka por gênero.....	93
Tabela 9 - Gênero do empreendedor social por forma de atuação profissional do empreendedor	97
Tabela 10 - Gênero do empreendedor social por casos de proprietários/ sócios ou não de empreendimentos comerciais.....	98
Tabela 11 - Gênero do empreendedor social por forma de atuação quanto à remuneração ou não pela atividade	99
Tabela 12 - Gênero do empreendedor social por palavras que remetem ao empreendedorismo	101

Tabela 13 - Gênero do empreendedor social por participação ou não em trabalhos voluntários.....	103
Tabela 14 - Gênero do empreendedor social por gênero que considera predominante no trabalho voluntário.....	104
Tabela 15 – Empreendedor social ligado ou não a Ashoka por gênero que considera predominante no trabalho voluntário	105
Tabela 16 - Gênero do empreendedor social por área de desenvolvimento de ações empreendedoras	108
Tabela 17 - Gênero do empreendedor social por motivo que o levou a optar por determinada área.....	109
Tabela 18 - Gênero do empreendedor social por motivação ou não para atuar em outra área.....	110
Tabela 19 - Gênero do empreendedor social por áreas que gostaria de atuar	111
Tabela 20 - Gênero do empreendedor social por gênero que concentra maior interesse de atuação em determinada área	112
Tabela 21 - Gênero do empreendedor social por opinião sobre a existência ou não de competição no setor social.....	113
Tabela 22 – Empreendedor social ligado ou não a Ashoka por opinião sobre a existência ou não de competição no setor social	114
Tabela 23 - Gênero do empreendedor social por opinião sobre a existência ou não de competição entre gêneros no setor social	115

Tabela 24 – Gênero do empreendedor social que percebe a existência de competição entre gêneros por percepção do grau de discricção sobre esta competiçã gêneros no setor social116

Tabela 25 – Gênero do empreendedor social que percebe a existência de competição entre gêneros por percepção dos resultados gerados neste ambiente competitivo118

Tabela 26 – Gênero do empreendedor social por opinião quanto à restrição da entrada de certo gênero em determinadas áreas.....118

Tabela 27 – Empreendedor social ligado ou não a Ashoka por opinião quanto à restrição da entrada de certo gênero em determinadas áreas áreas119

Tabela 28 – Gênero do empreendedor social por participação ou não em grupos multidisciplinares e heterogêneos para o desenvolvimento de ações ou projetos sociais áreas.....120

Tabela 29 – Gênero do empreendedor social que participou de grupos multidisciplinares e heterogêneos por percepção sobre esta experiência ...120

Tabela 30 – Gênero do empreendedor social por comportamento, habilidades ou atitudes predominantes em cada gênero122

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1. Terceiro setor, empreendedorismo social e gênero: uma abordagem conceitual.....	23
1.1 Terceiro Setor: análise histórica e conceituação	25
1.2 Do empreendedorismo ao empreendedorismo social	39
1.3 Gênero: conceituação e relação com empreendedorismo social	53
2. O case Ashoka.....	73
2.1 História da Organização.....	73
2.2 A Ashoka no mundo e no Brasil.....	75
3. Metodologia	82
3.1 Perfil da amostra	87
4. Discussão dos resultados	95
CONSIDERAÇÕES FINAIS	127
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	134
ANEXO	140
APÊNDICES	149

INTRODUÇÃO

As questões relacionadas à equidade social e preservação ambiental tornaram-se cada vez mais evidentes nos últimos anos. Temas como terceiro setor, voluntariado, preservação do meio ambiente, desenvolvimento sustentável e empreendedorismo social passaram a ocupar espaço na mídia impressa, nos programas das universidades e no ambiente corporativo. As preocupações da sociedade com inúmeras questões não resolvidas pelo estado fizeram emergir movimentos independentes que buscaram a articulação com empresas e com o próprio governo, a fim de propor alternativas, por meio de programas e projetos que propiciassem uma mudança do cenário de desigualdade e descaso, diante de questões de tamanha relevância.

Segundo Drucker (1987), “inovação e espírito empreendedor são necessários na sociedade tanto quanto na economia (...) no serviço público ou privado, o necessário é uma sociedade empreendedora no qual a inovação e empreendedorismo sejam normas estáveis e contínuas”. Nesta citação, o autor revela a importância de uma atitude empreendedora que propicie a evolução natural da sociedade, favorecendo as mudanças.

Neste cenário, consolida-se como ator de extrema importância para este processo de transformação da sociedade, o empreendedor social. O empreendedorismo social surge como uma vertente do empreendedorismo privado, mas com uma diferença essencial quanto aos objetivos do empreendimento. No empreendedorismo social, as boas idéias e disposição do empreendedor não visam o lucro individual e sim benefícios coletivos para uma comunidade, grupo social, meio-ambiente ou área específica, como saúde, educação etc.

O empreendedor social, com suas idéias inovadoras, busca gerar impacto social dentro de uma comunidade ou grupo específico. São pessoas comuns, líderes natos que encontram soluções práticas para problemas reais sem nenhuma perspectiva de solução por parte das lideranças do governo. São homens e mulheres dispostos a partirem para uma ação concreta, com a meta principal de visualizar um resultado efetivo dentro do cenário que decidiram mudar.

Toda essa transformação na forma de encarar a responsabilidade social, buscando no empreendedorismo uma nova opção de trabalho pode ser um

grande incentivo para as novas gerações que sofrem com a escassez de oportunidades no mercado de trabalho.

“Se tudo o mais for igual, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver, quanto maior for o valor dado, nessa sociedade, aos modelos empresariais existentes, maior será o número de jovens que optarão por imitar esses modelos, escolhendo o empreendedorismo como uma opção de carreira”. (FILION, 1999, p. 87)

O empreendedorismo no geral é um tema relativamente novo no que tange a estudos e aprofundamento teórico e empírico, embora no sentido mais profundo do termo, esta motivação que produz idéias inovadoras e gera crescimento e desenvolvimento para as sociedades, sempre esteve presente no espírito humano desde os primórdios da civilização. Não é possível deixar de lado a reflexão de que todas as grandes descobertas da humanidade foram realizadas por homens e mulheres empreendedores. Embora o termo utilizado seja recente, a essência incorporada ao termo é algo que pode ser considerado inerente à capacidade humana de buscar soluções novas para antigos problemas.

O tema atrai o interesse de estudiosos por sua complexidade e diferentes interpretações. Este interesse emerge da concepção de que os empreendedores geram crescimento e desenvolvimento econômico, podendo expandir este potencial para produzir impactos na sociedade, além de atuar como agente de mudança dentro de organizações (intra-empreendedorismo).

A presente dissertação teve a intenção de analisar o movimento do empreendedorismo social, que através do cultivo de idéias inovadoras criam novas possibilidades para áreas e grupos excluídos socialmente. O objetivo central desta pesquisa foi de discutir a questão de gênero no empreendedorismo social, buscando levantar as diferenças ou similaridades das articulações entre os gêneros neste ambiente. A iniciativa de analisar a questão de gênero no ambiente de organizações sociais teve o propósito de enriquecer os estudos de gênero na área de administração de empresas, permitindo estimular outras pesquisas neste sentido.

O tema do empreendedorismo social contempla alguma bibliografia, sendo um tema ainda recente em termos de conhecimento científico. A questão de gênero, embora seja um tema amplamente discutido em especial na área de sociologia e psicologia, ainda possui pouco material científico relacionado ao ambiente corporativo, e nenhum trabalho foi localizado onde a questão do gênero estivesse relacionada ao empreendedorismo social.

Neste sentido, o trabalho contempla dupla relevância: oportunidade de tratar um tema academicamente pouco explorado, mas relevante para o desenvolvimento de pesquisas correlatas; pelos resultados que se propõe a obter, com o detalhamento do perfil dos empreendedores sociais e das especificidades relacionadas ao gênero.

A pesquisa também possui relevância científica por suprir a escassez de material bibliográfico relacionado ao tema que é recente, podendo esse trabalho, quando concluído, contribuir para que se estimule a produção acadêmica de artigos e pesquisas científicas relacionados ao seu objeto de estudo.

Além disso, houve a intenção de contribuir com a sociedade abordando questões que podem trazer uma nova perspectiva tanto para as empresas públicas e privadas, quanto para as organizações não governamentais, possibilitando uma reflexão sobre a importância do incentivo ao empreendedor social enquanto agente de mudanças. Outra contribuição está relacionada ao estudo do gênero no âmbito social, que pode favorecer projetos e ações diferenciados com a atuação mais homogênea dos gêneros, em áreas onde há o predomínio de um gênero em detrimento de outro.

Esta discussão pode estimular o interesse da sociedade civil, empresas privadas e até órgãos públicos, ao incentivo e mobilização de pessoas com potencial empreendedor, a desenvolver idéias e soluções que possam ser aplicadas em um setor social para o benefício coletivo da população. A questão de gênero vem enriquecer o estudo, permitindo que as organizações sociais atuem no sentido de estimular o equilíbrio de gêneros em projetos e atividades sociais.

Para atingir o objetivo exposto, foi identificada uma organização fomentadora de Empreendedorismo Social em diversos países, a Ashoka. A Ashoka é uma organização internacional sem fins lucrativos fundada em 1980 na Índia por Bill Drayton. A organização possui o objetivo de identificar e investir em líderes empreendedores com idéias criativas e inovadoras capazes de provocar mudanças sociais positivas e de amplo impacto social. A Ashoka apóia os empreendedores sociais - e suas idéias - com um suporte financeiro e com uma estrutura profissional que os ajuda a disseminar suas idéias e soluções inovadoras tanto individuais como coletivamente.

Os empreendedores sociais da Ashoka (também chamados de fellows), de acordo com dados da instituição (Ashoka, on line, maio 2007), são pessoas com visão, experiência e talento, que buscam soluções inovadoras para problemas sociais em grande escala nas áreas do meio ambiente, educação, direitos humanos, saúde, participação cidadã e desenvolvimento econômico.

Os escolhidos no processo de seleção da Ashoka são apoiados por uma bolsa mensal, que lhes permite dedicação integral ao desenvolvimento de suas idéias. Além disso, a Ashoka contribui para sua profissionalização, oferecendo serviços como seminários, programas de capacitação e consultorias através do Centro de Competência para Empreendedores Sociais Ashoka-McKinsey (CCES).

Para ampliar a análise sobre o tema gênero, foi elaborado um questionário com 31 questões, previamente testado e enviado por correio eletrônico à 120 empreendedores sociais ligados à Ashoka. Destes, foram recebidos 30 questionários devidamente preenchidos, 5 recusas por ausência de tempo hábil dos empreendedores e 2 questionários incompletos, sem condições de análise. A amostra foi homogênea em relação à representatividade dos gêneros, sendo igualmente distribuída entre empreendedores do sexo masculino e feminino. Dos 30 questionários preenchidos integralmente, 10 empreendedores não estão ligados à Ashoka, mas receberam o questionário por intermédio de outros. Julgou-se válido analisar estes questionários para traçar algumas análises entre os dois grupos. Após a análise, foram identificadas, na maioria das questões, similaridades entre as opiniões dos dois grupos, exceto em um predomínio maior entre os empreendedores não ligados à Ashoka, quanto à

percepção de restrições ao ingresso de determinados gêneros em determinadas áreas.

Foram efetuadas também, três entrevistas com empreendedores sociais ligados à Ashoka, com o objetivo de aprofundar o entendimento sobre algumas questões. Estas indagações surgiram a partir da análise prévia das respostas obtidas por meio da aplicação do questionário. As opiniões dos entrevistados, em geral, confirmaram os resultados apurados através da aplicação do questionário.

Algumas hipóteses surgiram como norteadoras deste estudo e que, por meio dos questionários e entrevistas, foram corroboradas ou invalidadas.

Antes de apresentar as hipóteses é adequado o levantamento de dados de pesquisas anteriores que contribuíram para a formulação das mesmas. A pesquisa internacional intitulada *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, liderada pela *London Business School* e o *Babson College* (EUA), possui como proposta a avaliação do empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis. De acordo com o Sebrae (2005), desde 1999, quando realizou seu primeiro ciclo, até hoje, o estudo envolveu mais de 40 países de todos os continentes e dos mais variados graus de desenvolvimento econômico e social, tornando-se a investigação de maior escopo em sua área.

Esta pesquisa chegou ao Brasil em 2004, e através dela foi possível identificar a taxa de Atividade do Empreendedorismo Social (SEA – *Social Entrepreneurship Activity*), que representou 1,05%, ou seja, 1,05% da população adulta brasileira estava engajada em alguma forma de atividade com objetivos sociais ou comunitários. Como comparativo, foi citada na mesma pesquisa que o Reino Unido, em 2003, por exemplo, apresentou o índice SEA de 6,6%. De acordo com a pesquisa, a baixa taxa de empreendedorismo social equivale a uma alta taxa de empreendedorismo por necessidade, ou seja, antes de se envolver com questões sociais o indivíduo busca como prioridade a sua sobrevivência, daí as taxas menores em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento. Outro dado interessante e que deve ser discutido nesta presente pesquisa é que o estudo da GEM Brasil revelou que os homens são aproximadamente três vezes mais

propensos a se envolver em empreendimentos sociais do que as mulheres. Além disso, foi observado que quanto maior for o nível de educação formal do indivíduo, maior a sua propensão a empreendimentos sociais. (Sebrae, 2005).

Logo no início desta pesquisa, estimava-se que os empreendedores sociais tivessem criado novos empreendimentos com fins comerciais, atuando como sócios ou proprietários, visto que desta forma teriam as necessidades de sobrevivência supridas para poder então dedicar-se às questões sociais. Esta hipótese, porém, não pôde ser confirmada devido ao baixo envolvimento dos empreendedores da amostra com o empreendedorismo privado.

Outra hipótese, afirmava que os empreendedores sociais possuíam, na maioria dos casos, renda mensal que lhes permitisse uma maior dedicação aos projetos, além de estimar que eram dotados de um nível intelectual mais elevado, supondo que a maior parte fosse graduada em curso superior. Estas hipóteses foram confirmadas, pois a renda da maioria dos participantes da pesquisa é maior que a renda média dos brasileiros e 87% deles possui graduação em curso superior.

Em relação à questão de gênero, achava-se que a área de atuação escolhida pelo empreendedor não teria uma relação direta com a questão do gênero. A pesquisa apurou que os empreendedores não têm a percepção da existência de alguma relação entre a questão de gênero e opção pela área de atuação. Porém, estes admitiram haver uma predominância do gênero feminino nas áreas de saúde e de educação, e do gênero masculino nas áreas de desenvolvimento econômico e meio ambiente.

Para atingir o objetivo foi definida a seguinte estrutura de encadeamento:

A introdução ao tema, seguida pelo capítulo 1, que apresenta a revisão da literatura contemplada por três seções. No primeiro tópico ocorre uma apresentação sobre conceitos, abordando o surgimento do terceiro setor e a evolução do setor social nos últimos anos. Em seguida, discorre-se sobre o surgimento e as diferentes conceituações do empreendedorismo, sendo apresentadas as referências e discussões sobre o empreendedorismo social. O

capítulo é concluído com um levantamento das referências relacionadas às questões de gênero, resgatando conceitos históricos no âmbito social e no âmbito empresarial, recorrendo também a conceitos da psicologia acerca do tema.

No capítulo 2, ocorre a apresentação do *case* que inspirou este trabalho: a organização Ashoka. Este capítulo pretende descrever dados da instituição no Brasil e no mundo, a fim de ressaltar a importância das redes que fomentam o empreendedorismo social.

O capítulo 3 apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para chegar aos resultados propostos da pesquisa.

Por fim, no capítulo 4, são apresentados os resultados da pesquisa, seguidos da discussão do tema. As referências e apêndices seguirão ao final do estudo.

CAPÍTULO 1

1. Terceiro setor, empreendedorismo social e gênero: uma abordagem conceitual

Para o fortalecimento das discussões propostas por este estudo, faz-se necessário a conceituação teórica dos temas norteadores da pesquisa, com o propósito de criar pilares que sustentem as arguições que ocorrerão ao longo do estudo. Os temas terceiro setor, empreendedorismo e gênero serão abordados individualmente, buscando conceitos sólidos que sustentem a discussão dos resultados desta pesquisa.

A conceituação sobre o terceiro setor possui uma significativa importância por ser o setor de atuação principal do empreendedor social. Resgatar a evolução do setor, nos últimos anos, e das atividades contidas nele, como o voluntariado, por exemplo, é de extrema relevância para o entendimento do papel do empreendedor neste contexto e para traçar um cenário mais completo sobre o tema proposto.

O empreendedorismo será abordado em dois momentos: um em que se propõe levantar os conceitos gerais sobre o tema e outro em que se pretende delinear especificamente as particularidades ligadas ao conceito do empreendedorismo social, buscando neste momento recortar as diferenças e semelhanças entre as conceituações.

As teorias sobre os conflitos, diferenças ou similaridades entre os gêneros masculino e feminino, serão revisitadas no intuito de buscar a visão de diversos autores sobre esta relação. Pretende-se neste tópico, levantar aspectos históricos relevantes ao tema e buscar a luz de alguns conceitos sobre gênero na psicologia, que serão utilizados para traçar uma análise sobre a questão de gênero no terceiro setor, em especial sobre a ótica dos empreendedores sociais.

Através do embasamento teórico construído ao longo deste capítulo, poderão ser realizadas as análises propostas no objetivo central deste estudo com maior propriedade, buscando a autora, por meio deste conhecimento, propor uma reflexão a partir da análise de teorias de diversos autores.

1.1 Terceiro setor: análise histórica e conceituação

Inúmeras iniciativas da *sociedade civil* surgiram na última década, em diversas partes do planeta, com o objetivo de encontrar soluções para antigos *problemas sociais* esquecidos ou inacabados pelo estado. Este movimento também estimulou as empresas privadas a destinarem recursos, tempo e processos para desenvolver uma linha de produção (e produtos) *ecologicamente e socialmente correta*, além de investimentos diversos na *área social*, como criação de institutos e parcerias com associações de atuação diversificada. Um forte apelo *ético* fortaleceu um movimento de desenvolvimento de negócios *sustentáveis*, nos aspectos econômico, social e ambiental. Cidadania passou a ser um termo utilizado com maior ênfase em diversos setores da sociedade.

Conforme destacados no parágrafo anterior, diversos termos passaram a incorporar o vocabulário do terceiro setor, antes mesmo que houvesse uma definição exata sobre este. Contudo, se faz necessário o resgate conceitual destes a fim de permitir uma compreensão mais ampla a cerca do tema proposto neste estudo.

O conceito de sociedade civil é amplo e certamente passível de análise sob muitos enfoques. De acordo com Ramos (2005), inicialmente, o conceito de sociedade civil era visto como sinônimo de Estado, como uma comunidade política enraizada nos princípios da cidadania. Para Kaldor (2003), o termo sociedade civil era intimamente relacionado ao termo civilidade, isto é:

“respeito pela autonomia individual, baseada na segurança e na confiança entre as pessoas (...). (Civilidade) requeria regularidade de comportamento, regras de conduta, respeito pela lei, e controle da violência. Assim, uma sociedade civil era sinônimo de sociedade cortês, uma sociedade na qual estranhos agem de uma maneira civilizada com relação aos outros, tratando cada um com respeito mútuo, tolerância e confiança, uma sociedade na qual o debate racional e a discussão se tornam possíveis”. (KALDOR, 2003, p.17)

A expressão sociedade civil, conforme Fernandes (1994) representa o muito que pode ser feito para o social nas esferas não-governamentais. O autor afirma que esta passou a fazer parte do vocabulário dos ativistas sociais latino-americanos no final dos anos 70. Tanto ela como suas antecessoras dos anos 70 - “comunidade”, e “movimentos sociais” - ou dos anos 80 - “cidadania”, e “sem fins lucrativos” - e outras expressões utilizadas nos dias atuais - como “organizações do terceiro setor” e “organizações não-governamentais” - expressam mais do que conceitos objetivos, o potencial articulador da sociedade. Ou seja, como afirma Fernandes (1994, p. 37), a sociedade civil representa “...um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam à produção de bens e serviços públicos”, isto é, não geram lucros e respondem a necessidades coletivas.

Conforme apresentado, o termo sociedade civil já foi utilizado como uma definição para estado, daí a importância de buscar um conceito sobre estado que elucide de forma mais consistente as diferenças entre os dois conceitos.

A conceituação de estado é muito ampla e pode ser definida de diversas formas de acordo com o autor ou o momento histórico em que o conceito foi repensado. Para Engels (1884), o estado é o produto da sociedade quando esta chega a um determinado grau de desenvolvimento. Faoro (2001) salienta que o estado formou-se da união de vários fragmentos, tendo como objetivo ajustar juridicamente as relações entre o soberano e seus súditos, sendo a organização política e o conjunto de regras jurídicas, os dois marcos fomentadores do estado.

Já Max Weber (1999), observou que o estado está relacionado com a coação física, não a considerando como meio normal ou único, mas como meio específico. Para esse autor, o estado pode ser conceituado como comunidade humana que, dentro de determinado território, reclamou para si e com êxito o monopólio da coação física legítima e reuniu para este fim os meios materiais de organização. Outra definição encontra-se a partir de Gramsci (1988), que afirma que o estado está além do aparato governamental, também o aparato privado de hegemonia ou sociedade civil. É a sociedade política mais sociedade civil, ou o equilíbrio entre elas. Afirma o mesmo autor, que o estado é todo o complexo de atividades práticas e teóricas com as quais a classe dirigente justifica e mantém não

só o seu domínio, mas também consegue obter o consentimento ativo dos governados.

Conforme observado na conceituação sobre estado, Gramsci (1988) observa que este seria a sociedade civil mais sociedade política, ou seja, entende-se que a sociedade civil é parte integrante do estado que possui uma amplitude maior. Digamos que a definição do mesmo autor apresentada no parágrafo anterior é a que mais se aproxima de um estado ideal para o desenvolvimento de uma cidadania plena conforme conceito de cidadania citado por Manzini-Covre (2006), pois através deste estado democrático a cidadania plena pode fazer o seu papel como agente de transformação.

Após a conceituação sobre estado e sociedade civil, outra definição de igual ou superior importância é necessária para a compreensão de vários aspectos apresentados ao longo deste trabalho: a cidadania, um conceito muito abordado pelos empreendedores sociais.

O conceito de cidadania é definido por Manzini-Covre (2006, p.11) como “o próprio direito à vida no sentido pleno”. A autora remete à origem da cidadania, em princípio, à cidade ou pólis grega, onde o indivíduo exercia direitos e deveres de cidadão, possuindo uma esfera pública, comum a todo cidadão, e uma esfera privada, particular do indivíduo. Ainda sob a ótica da autora acima citada, para que a cidadania se efetive, é preciso que os sujeitos ajam e lutem por seus direitos, desenvolvendo primeiramente uma revolução interna, uma consciência sobre seus direitos e deveres, para que através desta postura possam buscar ações sociais plenas seja no nível coletivo ou político. Para que esta cidadania plena possa se efetivar, a autora ressalta ainda a necessidade de se manter as condições mínimas de democracia como espaço para avançar.

“A cidadania é um processo de aprendizado, que se atualiza na medida em que as pessoas vão experimentando relações e percebem que seu saber e sua experiência têm importância e são respeitados. A cidadania se consoma mediante o exercício do papel de sujeitos e de seus valores face à sujeição à liberdade do que ao poder” (MANZINI-COVRE, 1996, p. 37)

Junqueira (2001), de forma mais concisa, define cidadania como a participação da sociedade na administração da cidade, melhoria de escolas, hospitais e outros equipamentos sociais, através da realização de trabalhos em prol do bem comum, seja este uma iniciativa do governo ou da organização da própria sociedade.

Dentro da compreensão destes termos, pode-se observar que existe uma interligação entre eles. Uma das formas de expressão da cidadania é quando estes cidadãos identificam um problema social e conjuntamente unem-se para sua solução. O termo problema social é definido por Forattini (1992) como a “denominação para designar situação social que implica nível insatisfatório da qualidade de vida populacional, e cuja solução foge ao âmbito da atuação individual e de seu ambiente imediato”, dentro de uma percepção coletiva da realidade. Embora seja uma expressão de compreensão relativamente simples, esta requer uma reflexão, em especial neste estudo onde o problema social é o grande estimulador para as idéias empreendedoras.

Diante destas iniciativas e ideais, seja de empreendedores ou de quaisquer outros cidadãos, a questão da ética é um dos pilares de maior relevância para a sustentação entre o discurso e a prática diante das circunstâncias mais diversas. O termo ética, vem do grego *ethos*, que significa “modo de ser” ou “caráter”, como um modo de comportamento, conquistado ou adquirido por hábito e não por uma disposição natural. Segundo Vazquez (1985), “ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ou seja, é a ciência de uma forma específica do comportamento humano”. Essa definição ressalta o caráter científico da ética, ou seja, remete a necessidade da abordagem científica dos problemas morais.

Já para Mañas (1998, p.62), “a maior força contra o comportamento não ético é a nossa moral. A consciência só não funciona. É necessário forçar a consciência para que atue melhor.”

Por outro lado, Valls (1996, p. 10) aborda a questão da ética no enfoque de uma dificuldade humana de enfrentamento de enormes contradições para decidir uma direção diante de um dilema ético, quando afirma que:

“(...) a ética preocupa-se com as formas humanas de resolver as contradições entre necessidade e possibilidade, entre tempo e eternidade, entre o individual e o social, entre o econômico e o moral, entre o corporal e o psíquico, entre o natural e o cultural e entre a inteligência e a vontade”. (VALLS, 1996, p. 48)

Citando novamente Vazquez (1985), o autor ressalta que por ter um caráter prático, houve uma tentativa de conceber a ética como uma disciplina normativa, para orientar o comportamento da sociedade do ponto de vista moral. Porém na concepção do autor “A função fundamental da ética é a mesma de toda teoria: explicar, esclarecer ou investigar uma determinada realidade, elaborando os conceitos correspondentes. Por outro lado, a realidade moral varia historicamente e, com ela, variam os seus princípios e as suas normas.” (VAZQUEZ, 1985, p. 10)

Diante de tais colocações, entende-se que a ciência da ética define, através de uma série de análises circunstâncias, quais comportamentos seriam mais adequados diante de determinada situação. Atualmente, o termo é amplamente utilizado, em especial pelas empresas que buscam através deste apelo, uma maior preservação de sua imagem engajando-se em questões sociais e ambientais. Termos como ecologicamente e socialmente correto e sustentabilidade, em tese, são balizados por fortes pilares éticos, embora exista ainda uma distância significativa entre o emprego destes termos no discurso e na prática.

Não há como dissertar sobre o assunto sem recorrer à conceituação de sustentabilidade, já que existe uma relação direta entre os termos elencados. O conceito de sustentabilidade para Gómez (1999) deve redefinir o papel do governo, empresas e da sociedade, no sentido de encontrar uma forma equilibrada de atuação. Já para Altieri (1998) a sustentabilidade resulta da co-evolução dos sistemas naturais. Contudo para Sachs (1997) o conceito induz uma reflexão acerca dos limites e da fragilidade do planeta quando se considera a sua capacidade em prover as necessidades da humanidade. O conceito de sustentabilidade é ainda mais amplo quando consideramos seus requisitos de ordem prática (MANZINI E VEZZOLI, 2002): uso de recursos renováveis; redução daqueles não renováveis; respeito à capacidade de auto-reciclagem do meio ambiente; reutilização e reciclagem dos recursos.

De acordo com Capra (2002, p. 237), a expressão sociedade sustentável surgiu no início dos anos 80 do século passado, através de Lester Brown com a definição de que seria a sociedade capaz de satisfazer suas necessidades sem comprometer as chances de sobrevivência das gerações futuras.

Em torno do termo sustentabilidade, é também muito utilizada a expressão desenvolvimento sustentável, que surge com a consciência da sociedade sobre os prejuízos causados ao meio ambiente em decorrência do desenvolvimento econômico. A partir desta consciência, busca-se conciliar a continuação do desenvolvimento social e econômico, com a manutenção do equilíbrio ambiental. Para Boff (2002, p.55), o termo desenvolvimento sustentável é contraditório, pois para o autor o desenvolvimento é oriundo da economia excludente que hoje impera e a sustentabilidade vem da ecologia que é includente.

Já a expressão desenvolvimento local, seria uma opção de aplicar de forma prática os conceitos de sustentabilidade. Coelho (1996, p. 11) define desenvolvimento local “como um plano de ação coordenado, descentralizado e focalizado, destinado a ativar e melhorar – de maneira sustentável – as condições de vida dos habitantes de uma localidade, e no qual o desenvolvimento estimula a ampla participação de todos os atores relevantes”.

Contudo, a partir destes conceitos, entende-se de forma ampla que a sustentabilidade seria a busca de um equilíbrio entre as necessidades da humanidade e os recursos naturais do planeta, buscando uma harmonia e continuidade de ambos.

A partir do entendimento sobre a sustentabilidade, pode-se partir para a compreensão da expressão ecologicamente correto. A visão de Manzini & Vezzoli (2002) diz respeito a uma produção não agressiva ao meio ambiente, de forma a respeitar o ciclo de vida e de restituição (regeneração) dos bens materiais. Uma definição que engloba conceitos de ordem econômica, ética e física uma vez que devemos explorar o capital natural segundo exigências cada vez maiores sem que as gerações futuras sejam prejudicadas. Socialmente correto diz respeito às iniciativas que não impactam negativamente na sociedade, preservando a dignidade e a integridade física das pessoas e gerando benefícios para o corpo social.

Para que um produto ou processo de uma empresa possa ser considerado ecologicamente correto, é necessária a adoção de algumas práticas durante as etapas de desenvolvimento deste. Venzke e Nascimento (2002), descrevem algumas destas práticas, que ampliam ainda mais a visão sobre este conceito, apresentadas no quadro 1.

Quadro 1: Práticas para a realização de um projeto de produto

Práticas	Descrição
Recuperar materiais	Os materiais utilizados devem estar o mais próximo possível de seu estado natural. Materiais compostos (compósitos) são de difícil recuperação e reciclagem.
Projetar de forma simplificada	Criar produtos que tenham formas simples, pois geram um custo de produção menor, menor quantidade de material utilizado, e facilidade de montagem e desmontagem.
Reduzir matéria-prima utilizada na fonte	Uma das alternativas mais desejáveis em termos de redução de impactos ambientais, pois reduzindo o consumo de matérias-primas, reduz-se também a quantidade de resíduos gerados.
Recuperar e reutilizar resíduos	É importante a adoção de tecnologias que recuperem os resíduos, aproveitando o máximo da matéria-prima, obtendo ganhos ambientais e econômicos. Vale lembrar que se é mais ecoeficiente à medida que uma menor quantidade de resíduo é gerada.
Usar formas de energia renováveis	Deve-se analisar o ciclo de vida dos equipamentos e dispositivos que utilizam energias renováveis, para se determinar a viabilidade, tanto ambiental como econômica.
Utilizar materiais renováveis	Utilizar materiais renováveis como substitutos de materiais não renováveis. Como, por exemplo, podem ser citadas as tintas de origem vegetal substituindo as químicas, e as madeiras reflorestadas.
Produtos com maior durabilidade	A extensão da vida útil de um produto contribui significativamente para a ecoeficiência, pois fica claro que um produto durável evita a necessidade de fabricação de um substituto. O projetista deve analisar todo o ciclo de vida do produto, buscando identificar quais os custos ambientais das opções de fabricar produtos duráveis ou de fácil recuperação, podendo fazer uma escolha melhor.
Recuperar embalagens	A aplicação desta prática prevê que as embalagens possam ser reaproveitadas, seja a reutilização como na reciclagem. A utilização de produtos com refil é um bom exemplo de reutilização de embalagens.
Utilizar substâncias a base de água	Utilização de substâncias a base de água: produtos a base de água, principalmente solventes e tintas, substituindo produtos a base de petróleo, é uma prática que deve ser utilizada sempre que possível.

Fonte: VENZKE E NASCIMENTO, 2002.

Conforme apresentado no quadro acima, a grande preocupação no desenvolvimento de um produto sustentável, ou ecologicamente correto, necessariamente requer a utilização, reutilização, reciclagem, simplicidade, durabilidade, recuperação e renovação de materiais e energia consumidos no processo. É uma consciência ampliada sobre os impactos causadores de desequilíbrio ambiental e as inúmeras possibilidades de eliminação destes. Esta consciência pode levar a uma mudança de atitude, gerando um resultado diferenciado, embora não se possa prever até que ponto uma empresa desenvolva um produto com apelo ecológico para criar aspectos puramente comerciais e ações de marketing, ou por uma forte consciência, permeada na cultura organizacional e seus pilares éticos, e respeito às gerações futuras.

Quando a empresa ou qualquer outra organização desenvolve produtos ou ações socialmente e ecologicamente corretos, de forma a manter a sustentabilidade do meio, esta adquire o que comumente é chamado de responsabilidade social. Segundo Melo Neto e Froes (1999), a responsabilidade social é vista como um compromisso de uma organização com relação à sociedade e à humanidade em geral, e uma forma de prestação de contas do seu desempenho, baseada na apropriação de uso de recursos que originariamente não lhe pertencem.

Diante da conceituação de todos estes termos, fundamentais para a compreensão ampla do cenário que será apresentado a partir deste ponto, é possível analisar de forma mais consistente todo o cenário do terceiro setor, um setor relativamente novo, dentro de tal terminologia, mas que de certa forma está intimamente relacionado aos conceitos já apresentados. Este movimento chamado Terceiro setor, que, diferente do estado (primeiro setor), e das empresas privadas (segundo setor), visa o bem estar social e ambiental, possuindo caráter não-governamental e sem fins lucrativos.

Os estudiosos concordam que o terceiro setor é uma área nova, mas de caráter multidisciplinar, pois elementos da Economia, Sociologia, Ciência Política e Administração, por exemplo, são importantes na compreensão desse ramo.

Conforme Falconer (1999, p. 21), “os primeiros estudos remontam apenas à década de sessenta e pouco foi escrito sobre o tema antes do início da década de oitenta, sendo que maior parte da produção existente provém dos anos noventa, um piscar de olhos em termos de história da ciência”. Em relação a uma data mais precisa, considerada um marco no setor, O’Neill (1998), diz que a Universidade de Columbia, nos Estados Unidos, foi responsável, em 1977, pela criação do primeiro instituto e programa acadêmico voltados para a área.

Falconer (1999) ainda ressalta que, na América, e mais especificamente no Brasil, o Terceiro setor surgiu de organizações chamadas de Santa Casa de Misericórdia e obras sociais. A partir da década de setenta, as organizações não-governamentais promoveram a desagregação dos locais que, pioneiramente, realizavam tais obras. No caso brasileiro, grandes contribuições partiram de entidades multilaterais, a exemplo do Banco Mundial, empresas privadas e Governo Federal.

Assim como ocorre com alguns conceitos muito recentes em termos científicos, a definição do Terceiro setor é uma questão muito discutida por teóricos, por não haver um limite muito preciso. Terceiro setor, entre todas as expressões em uso, é o termo que vem encontrando maior aceitação para designar o conjunto de iniciativas provenientes da sociedade, voltadas, segundo aponta Fernandes (1994), à produção de bens públicos, como, por exemplo, a conscientização para os direitos da cidadania, a prevenção de doenças transmissíveis ou a organização de ligas esportivas.

Na concepção dos autores, Merege e Alves (1996), a sociedade brasileira ficou inerte, durante muito tempo, às políticas sociais, relegando-as ao poder das elites e da religião. Quando há uma ruptura dessa visão, pelas inúmeras crises, a população se integra em iniciativas, procurando a ajuda mútua. Por outro lado, também há uma mudança na consciência empresarial, quebrando antigos modelos administrativos pouco engajados politicamente. A partir daí, surge a “consciência filantrópica” (filantropia empresarial) e a intervenção das faculdades em despertar essa postura nos futuros profissionais.

A partir da década de noventa, o terceiro setor traz a proposta de “humanizar o capitalismo”, ou seja, difundir a idéia de ações com finalidades sociais, as quais não visem o lucro e muito menos sejam sustentadas pelo estado. Surge, portanto, a idéia de um setor não-governamental e não-privado, mas que recebe subsídios tanto do estado quanto de empresas. O setor privado, principalmente, começa a investir em programas que objetivam superar as desigualdades ou a pobreza social, proporcionando uma nova imagem para o terceiro setor, com um engajamento maior da participação popular. Fundações como a Ford e a W. K. Kellogg foram importantes nesse ponto (Falconer, 1999).

De acordo Junqueira (2000, p. 104):

“Essas organizações, sem fins lucrativos e não-governamentais, constituem o que se denomina Terceiro setor, nem Estado, nem mercado. São organizações públicas privadas, porque estão voltadas não a distribuição de lucros para os acionistas ou diretores, mas para a realização de interesses públicos; entretanto, estão desvinculadas do aparato estatal.” (JUNQUEIRA, 2000, p. 104).

Já para Falconer (1999), embora as organizações não-governamentais (ONGs) sejam um componente do terceiro setor, este adquiriu um papel da sociedade mais amplo do que o que restringia o discurso destas organizações, como pode ser observado detalhadamente no trecho abaixo.

“Um importante componente do Terceiro Setor brasileiro, as entidades que se identificam como organizações não-governamentais foram as primeiras a se organizar coletivamente e a apresentar sua identidade e seus valores comuns à sociedade, baseadas na negação do assistencialismo e promoção da defesa de direitos. Entretanto, a conformação que o Terceiro Setor adquiriu e as expectativas que foram desenvolvidas sobre este setor quanto ao seu papel na sociedade não foram aquelas que as ONGs advogavam. De fato, foi à revelia e com a oposição das ONGs brasileiras que se constituiu o espaço chamado Terceiro Setor.” (FALCONER, 1999, p. 3)

Para Saraceno (2001), as ONGs também tiveram um papel muito importante como mediadoras de ações articuladas entre a sociedade e os órgãos públicos.

“As novas ONGs passaram a atuar como mediadoras de ações desenvolvidas em parceria entre setores da comunidade local organizada, secretarias e aparelhos do poder público, segundo programas estruturados para áreas sociais como: educação, saúde, saneamento, meio ambiente, geração de renda etc. Ou seja, as ONGs, via o terceiro setor, entraram para a agenda das políticas sociais.” (SARACENO, 2001, p. 2).

Outra visão sobre o terceiro setor é descrita por Domenegueti (2001, p. 38), quando ressalta que o setor é composto por “todas as instituições sem fins lucrativos, que a partir do âmbito privado, perseguem propósitos de interesses públicos.”

Entende-se até aqui que este movimento chamado terceiro setor, diferente do estado que seria o primeiro setor, e das empresas privadas, ou segundo setor, possui o objetivo de garantir através de ações coordenadas, bem estar social e ambiental, possuindo caráter não-governamental e não-lucrativo. Uma definição bem interessante de Druker (1996) destaca bem esta definição do terceiro setor, que ele denomina setor social.

“A sociedade do conhecimento necessita ser uma sociedade de três setores: um setor público de governo, um privado de organizações e um social. E afirmo que está ficando cada vez mais claro que através do setor social, uma sociedade desenvolvida moderna pode novamente criar cidadania responsável e realizadora e dar novamente às pessoas – em especial aos trabalhadores do conhecimento – uma esfera na qual elas possam fazer uma diferença na sociedade e recriar a comunidade”. (DRUKER, 1996)

O assunto despertou grande interesse na área acadêmica, por esta amplitude de definições e por seu crescimento explosivo na última década. Em se tratando de pesquisa, no Brasil, algumas universidades criaram centros de estudo sobre o terceiro setor. Desde que as empresas privadas começaram a financiar projetos de cunho social e diversas ONGs entraram em cena, as escolas de Administração de Empresas se preocuparam com o elemento humano que seria responsável pela condução dessas novas organizações.

Merege e Alves (1996) discutem essa vertente educacional ao relatar a experiência da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas no sentido de se aproximar do Terceiro Setor através das atividades do Centro de Estudos do Terceiro Setor (CETS) e como esta aproximação pode ajudar a disseminar a idéia de filantropia na sociedade brasileira.

Mundialmente, o Terceiro Setor vem se tornando um agente impulsionador da economia, movimentando mais de US\$ 1 trilhão por ano, ou seja, 8% do PIB (Produto Interno Bruto) do planeta. Já no Brasil, o Terceiro Setor movimenta cerca de 1,5% do PIB e 10,9 bilhões de reais anuais, dos quais R\$ 1 bilhão é proveniente de doações e emprega cerca de 1,2 milhões de pessoas (LOPES, 2002).

A relevância do terceiro setor e o interesse das pessoas em atuar no mesmo como uma forma de exercício da cidadania, é evidenciada por Rodrigues (1997), quando a autora traz dados daquele momento sobre o setor.

“No Reino Unido as organizações voluntárias têm uma receita de 4% do PIB, e envolvem de alguma forma, 39% da população do país. Na França, o emprego no Terceiro Setor cresceu ultimamente de tal maneira que já é responsável por 6% do emprego total. Na Alemanha, o setor sem fins lucrativos contribuiu em quase 2% para o PIB do país e emprega mais pessoas do que o setor agrícola.” (RODRIGUES, 1997, p. 43).

Um componente integrante do terceiro setor, cuja participação é de extrema relevância para o crescimento e manutenção do mesmo é o voluntariado.

Conforme Domeneghetti (2001, p. 78) “o voluntário é o componente mais importante do terceiro setor; é ele quem realiza as ações que integram e movem as empresas sem fins lucrativos.”. Vale a partir de agora, até pela relevância do tema e da relação que se pretende fazer entre o voluntariado e o empreendedorismo, trazer a tona algumas definições a respeito.

Fisher e Falconer (2001) dizem que, ao longo dos anos, para além da premissa cristã, o trabalho voluntário ganhou também a conotação de justiça social. O trabalho voluntário não é novo no Brasil. Ao contrário, com ensejos altruísticos estimulados, sobretudo pelas diversas crenças religiosas que vicejam no país, muitas pessoas, em especial as mulheres, ao longo de gerações, destinam seu tempo a atividades de beneficência social; ou ainda, movidos por aspirações de justiça social, operaram em movimentos sociais e organizações não-governamentais, em busca de ampliar e assegurar direitos civis ou apoiar grupos que não têm recursos para resolver seus problemas específicos de vários tipos, como, saúde, educação, moradia etc.

Corroborando esta idéia, Martinelli (1996) afirma que no Brasil, o termo e a ação voluntária ainda estão muito associados à valores religiosos, caridade e concepções como assistencialismo, trabalho de menor importância e até mesmo demagogia, o que justifica certa desconfiança ou desvalorização em relação àquele que quer dar algo gratuitamente. A própria relação entre benfeitor e beneficiário, ao longo da história, adquiriu um caráter assistencialista, em que, muitas vezes, benfeitor e beneficiado pouco conhecem de suas respectivas realidades, que resulta em poucos ganhos nesta relação.

Ainda que atualmente ainda haja resquícios desta relação religiosa com o trabalho voluntário, observa-se que há organizações buscando capacitar e desenvolver no voluntário, uma atuação mais ligada ao exercício da cidadania do que uma prestação religiosa.

Conforme Lovato (1996), termos como solidariedade, cidadania, autotransformação e transformação social são fatores determinantes ligados ao ser voluntário. Para essa autora, a atuação voluntária permite contribuir tanto para o atendimento das necessidades da comunidade quanto para ajudar os indivíduos,

promover sua auto-realização, fortalecer sua identidade, aumentar sua auto-estima e desenvolver seu espírito crítico.

Buscando uma conceituação mais consistente, Domenegueti (2001, p. 79), define voluntário de forma geral como sendo “aquele que se volta ao bem social e tem a necessidade de restaurar sua sociedade e exercer sua cidadania”.

Uma outra definição bem abrangente sobre o voluntário, da Fundação Abrinq pela Defesa dos Direitos das crianças (1995), diz:

“Voluntário é o ator social e agente de transformação, que presta serviços não remunerados em benefício da comunidade. Doando seu tempo e conhecimentos, realiza um trabalho gerado pela energia de seu impulso solidário e atende não só às necessidades do próximo, como também aos imperativos de uma causa. O voluntário atende também suas próprias motivações pessoais, sejam elas de caráter religioso, cultural, filosófico ou emocional.” (FUNDAÇÃO ABRINQ, 1995).

Do ponto de vista da dinâmica do ego, ou seja, do modo de funcionamento do aparelho psíquico dos indivíduos, pode-se pensar que nesse interesse em ajudar o outro estaria em uso o mecanismo de defesa da sublimação.

Como apontam Laplanche e Pontalis (1995), a sublimação, termo introduzido por Frêud em psicanálise, remete ao termo sublime, utilizado nas belas artes, relacionado a *uma produção que sugira a grandeza, a elevação, e o termo sublimação, designado na química como o processo de passar um corpo do estado sólido para o estado gasoso.*

Assim, os autores, de modo geral, assinalam para, nessa ação de ajudar o outro, uma busca dos indivíduos por algo perdido, definido de diferentes maneiras por indivíduos e grupos. Poderia ser o tempo perdido em organizações que não deram espaço para um trabalho mais gratificante, o desejo de viver e contribuir para a comunidade, o retorno a valores esquecidos, entre outros aspectos, numa resposta a uma mudança também social, o que mereceria, porém, análise mais consistente.

Hoje, o terceiro setor se expandiu e outro ator que pode ou não atuar de forma voluntária, ou mesclar uma atuação remunerada com uma não remunerada surge como forma de unir forças em prol de objetivos comuns da melhoria da sociedade. O voluntariado pode despertar o espírito empreendedor, como ressalta Cardoso & Mañas (2000).

“O voluntarismo que se apresenta nos seres humanos, desperta um espírito empreendedor, o qual dependendo da competência de gestão pode agir pró-ativamente para o conjunto sistêmico que temos no planeta terra, diminuindo a distância entre todos, aproximando em qualidade material e em fraternidade quem muito tem, do que nada ou pouco tem.”
(CARDOSO; MAÑAS, 2000, p. 42).

O empreendedor social, agente atuante inserido ao terceiro setor, será detalhado no próximo item.

1.2 Do empreendedorismo ao empreendedorismo social

Pretende-se a partir daqui, dissertar sobre a temática do empreendedorismo, iniciando com a definição do termo, origem do movimento no Brasil, características do empreendedor e algumas considerações sobre uma das formas de atuação do empreendedor como criadores de pequenas empresas e as dificuldades e oportunidades deste movimento empreendedor. Posteriormente, serão apresentadas algumas definições específicas do empreendedorismo social, características, dados de pesquisas sobre o tema e as diferenças deste em relação ao empreendedorismo privado.

Em relação à definição do termo empreendedor, Hisrich (1986) aponta que este é de origem francesa (*entrepreneur*) e designa uma pessoa que assume riscos e começa algo novo. Esta conceituação é complementada por Melo Neto e Froes (2002, p. 6) quando ressaltam que empreendedorismo é um

neologismo derivado da simples tradução do termo *entrepreneurship*, utilizado para fazer referência aos estudos relacionados ao empreendedor, seu perfil, origens, atividades e área de atuação.

Na visão de Melo Neto e Froes (2002) o empreendedorismo é “um processo dinâmico pelo qual indivíduos identificam idéias e oportunidades econômicas e atuam desenvolvendo-as, transformando-as em empreendimentos e, portanto, reunindo capital, trabalho e outros recursos para a produção de bens e serviços”. (MELO NETO E FROES, 2002, p. 9).

A definição acima citada sobre o empreendedorismo, conceitua bem o termo em relação ao sentido prático do mesmo, que consiste em um indivíduo que decide criar algo novo, assumindo os riscos necessários e aproveitando as oportunidades de desenvolvimento do mesmo. Outra visão um pouco mais heróica dos empreendedores pode ser analisada abaixo:

“Os empreendedores são heróis populares da moderna vida empresarial. Eles fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. (...) Eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva. A cada ano, milhares de indivíduos deste tipo, de adolescentes a cidadãos mais velhos, inauguram novos negócios por conta própria e assim fornecem a liderança dinâmica que leva ao progresso econômico”. (LONGENECKER, MOORE & PETTY, 1997)

Quadro 2: As correntes de pensamento sobre o empreendedorismo

Correntes Itens	Empreendedorismo como fomento tecnológico	Empreendedorismo como gestão	Empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local	Empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento de PME's
Objetivo	Criar, desenvolver e gerenciar empresas emergentes	Difundir a prática da gestão empreendedora	Difundir políticas de DLIS com base no fomento ao empreendedorismo local	Garantir o desenvolvimento das micros e PME's
Foco	Empresas emergenciais	Melhoria da gestão	Maior desenvolvimento econômico e social em nível local	Auto-sustentabilidade das micros e PME's
Lócus	Incubadoras	Universidades, escolas de negócios, programas MBA	Agências e fóruns locais de DLIS	Sistema 5S/ SEBRAE

Fonte: Melo Neto e Froes, 2002, p. 7.

No quadro 2, pode-se observar as quatro correntes de estudo e desenvolvimento do empreendedorismo, com o objetivo, foco e lócus (ambiente de atuação) de cada uma das correntes. Conforme ressaltado por Melo Neto e Froes (2002, p. 7), estas correntes não são excludentes, podendo haver seguidores de uma ou mais correntes.

Diante dos conceitos já expostos, penso que o empreendedorismo não é uma profissão, um “dom divino” ou um comportamento diferente. O empreendedorismo pode ser entendido como uma atitude inovadora que transforma boas idéias em ações concretas. Esta atitude pode gerar benefícios individuais ou coletivos, quando empregada adequadamente. Importante ressaltar que a boa idéia pode ser interpretada de formas diferentes, e suas conseqüências nem sempre podem ser benéficas a todo contexto. Seria incorreto julgar que o criador da bomba atômica não era um empreendedor? Neste aspecto, vale destacar a importância do

comportamento ético e da responsabilidade que caminham juntos com a liberdade de inovar.

Diante desta visão de inovação, pode-se supor que o homem sempre teve em si uma veia empreendedora, no sentido de buscar a criação e transformação da sua realidade. Um brasileiro que pode ser citado como exemplo de um grande empreendedor foi Santos Dumont, que criou a primeira aeronave capaz de alcançar os céus, em 1906. Inúmeros seriam os grandes empreendedores da história da humanidade, porém nem estes sabiam que seriam chamados assim, pois o termo passou a ser utilizado recentemente em termos de história.

O movimento do empreendedorismo no Brasil, centrado em um forte incentivo à criação de pequenos negócios e conseqüente geração de emprego e renda, tomou forma a partir de 1990, segundo DORNELAS (2001), quando entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para a Exportação de Software) foram criadas para apoiar e desenvolver a criação de pequenas empresas brasileiras. Antes deste período, apesar da atividade empreendedora existir a muito tempo conforme já ressaltado, não havia um incentivo à criação de empreendimentos, principalmente pela instabilidade da situação política e econômica do país que não propiciava um ambiente favorável.

Esta relação entre o empreendedorismo e o desenvolvimento do país foi analisada em uma pesquisa realizada pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor) em 1999, que apontou o empreendedorismo como principal fator de desenvolvimento econômico de um país. Algumas ações foram definidas como fundamentais para o fomento deste desenvolvimento, entre os quais política de apoio ao empreendedorismo, investimento em educação superior, criação de disciplinas sobre empreendedorismo e gestão no ensino fundamental, médio, universitário, além do apoio governamental.

Estas ações se fazem importantes pelas inúmeras restrições do mercado competitivo atual que muitas vezes não favorece a criação e desenvolvimento de um pequeno empreendimento. Estas restrições podem inibir a entrada destes empreendimentos no mercado, daí a importância de órgãos que

fomentem o empreendedorismo e viabilizem a criação de pequenas empresas, além de orientar os empreendedores a fim de que se mantenham no mercado e atinjam patamares de crescimento.

Conforme já citado, uma das organizações que fortemente apóiam o empreendedorismo no Brasil é o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, e segundo dados da própria instituição (2003), o Brasil está enquadrado entre um dos países mais empreendedores do globo terrestre:

“A pesquisa GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), que mede o empreendedorismo em 31 países de todos os continentes, tem mostrado que o Brasil se destaca entre os dez primeiros países empreendedores do mundo. Em 2000, ficou com a primeira colocação, caindo para a 5ª, em 2001, para a 7ª em 2002 e subindo um ponto (6º lugar) em 2003”. (SEBRAE 2003, p.1)

Podem existir diversos motivos para que o Brasil esteja em posição de destaque em relação ao empreendedorismo, como a falta de emprego e a possibilidade de novas oportunidades, motivos que levam parte da população brasileira a arriscar-se na tarefa de tornar-se empresário. O Sebrae (2003) continua afirmando que:

“Em 2002, estimava-se que havia no Brasil 14 milhões de empreendedores. Desse total, 56% eram empreendedores por necessidade, ou seja, gente que perdeu o emprego formal, era subempregado ou nem tinha emprego e teve que abrir negócios para sobreviver; e 43% eram empreendedores atentos a novas oportunidades de negócios. Em 2003, o número de empreendedores manteve-se estável. Porém, foi registrado que os empreendedores por necessidade caíram para 43%. Enquanto isso, o percentual de empreendedores por oportunidades passou para 53%, representando uma inversão significativa entre os dois pólos do empreendedorismo no país”. (SEBRAE 2003; p. 1)

Ainda citando dados sobre a significância do empreendedorismo no Brasil, segundo o Sebrae (apud SACHS, 2002), em 2002, existiam 3,6 milhões de micro e pequenas empresas que absorviam 44% das pessoas empregadas e contribuíam para 20% do PIB (Produto Interno Bruto). Sérgio Moreira (2001, *apud* SACHS, 2002), diretor presidente do Sebrae, cita que entre 1995 e 2000 as pequenas empresas geraram 20 vezes mais empregos formais do que as médias e grandes empresas.

Esta tendência não é apenas nacional, pois dados citados por DORNELAS (2001) evidenciavam que no ano 2000, 53% da mão-de-obra americana estavam empregadas em empresas com menos de quinhentos funcionários, responsáveis por 51% do PIB dos Estados Unidos da América. O mesmo autor ressalta que “o empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando emprego e prosperidade”. (DORNELAS, 2001,p.19)

Toda essa transformação na forma de encarar o empreendedorismo como uma nova opção de trabalho, pode ser um grande incentivo para as novas gerações que sofrem com a escassez de oportunidades no mercado de trabalho.

“Se tudo o mais for igual, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver, quanto maior for o valor dado, nessa sociedade, aos modelos empresariais existentes, maior será o número de jovens que optarão por imitar esses modelos, escolhendo o empreendedorismo como uma opção de carreira”. (FILION, 1999)

Quando observados estes números, percebe-se que existe um potencial bem significativo de geração de oportunidades nas pequenas empresas. Apesar disso, se faz necessário uma reflexão sobre as altas taxas de mortalidade dos novos empreendimentos, que pode gerar na verdade “oportunidades frustradas” de emprego. De acordo com dados do Sebrae (apud SACHS, 2002) em 2000, 32% das novas empresas brasileiras fechavam em menos de um ano, 44% em menos de dois anos, 56% em menos de três anos, 66% em menos de quatro anos e 71% em menos de cinco anos. Isto significa que, no período analisado, apenas 29% das empresas criadas sobreviviam após o quinto ano.

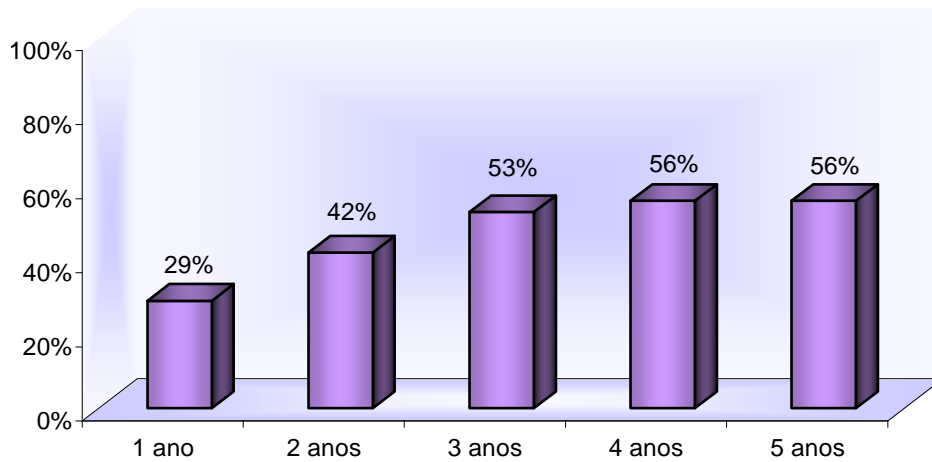


Gráfico 1 – Taxa de Mortalidade das Empresas

Fonte: SEBRAE, 2005.

O Sebrae divulgou uma nova pesquisa em 2005 sobre a sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas e o resultado, mostrado no gráfico 1, demonstra que quase 30% das empresas abertas encerraram suas atividades no primeiro ano da abertura, e mais de 50% encerraram suas atividades até o quinto ano de vida, mostrando que houve uma evolução em relação a pesquisa anterior.

Existem várias razões para estas altas taxas de mortalidade de pequenas empresas. Sachs (2001) cita que é necessário dar “tratamento desigual, para desiguais”, pois no atual contexto do mercado estas pequenas empresas são têm condições de competir com outras de maior porte. Segundo a autora, a única maneira de competir seria recorrendo a “competitividade espúria”, termo utilizado por ela para designar empresas que utilizam “armas”, como baixos salários, longas jornadas de trabalho, sonegação de impostos e não recolhimento de encargos sociais, para se manter no mercado.

É reconhecida a importância da microempresa no mercado e na sociedade, mas apesar disso, de acordo com Rogers (1995), verifica-se que as ações governamentais voltadas a esse segmento ainda são bastante tímidas,

apresentando resultados concretos muito restritos e com isso, dando aos empreendedores maiores desafios para conseguir se manter competitivos. O autor ressalta ainda que são muitas as restrições ao crescimento das microempresas, entre elas: falta de apoio governamental, ausência de um sistema de crédito que atenda às necessidades do pequeno empresário, política governamental adaptada à pequena empresa e que assegure os direitos desta, até a falta de conhecimento e experiência empresarial e administrativa do empreendedor.

Embora existam fatores que restringem o crescimento do empreendedorismo, existem também diversos fatores que favorecem a atividade empreendedora brasileira. Pode-se citar, por exemplo, que o Brasil possui diversas oportunidades e um imenso mercado potencial a ser desenvolvido, além de uma escassez de oportunidades de empregos formais, o que torna o ambiente propício para o desenvolvimento do empreendedorismo. É importante ressaltar também que o povo brasileiro é extremamente criativo e de fácil adaptação a um novo cenário. Independente do apoio governamental, não suprimindo sua importância e obrigação, a atividade empreendedora pode ir além da concepção de uma pequena empresa, tais as oportunidades que poderiam ser criadas.

Diante deste ambiente cada vez mais competitivo e rico em oportunidades, Bensadon (2001 apud SOUZA NETO; SALES, s/d, p. 2), afirma que ser um empreendedor nos dias atuais “é quase um imperativo, pois é importante lembrar que por trás de novas idéias que vem revolucionando a sociedade, há sempre um visionário, que com seu talento, somado à análise, planejamento e capacidade de implementação, é responsável por empreendimentos de sucesso.”

Sendo o empreendedorismo um fator tão relevante para a geração de mudanças e crescimento, seja econômico ou social, percebe-se que para ser um empreendedor é preciso ter diversas características que, juntas, propiciam a união de recursos, trabalhos, materiais, comportamentos, habilidades e atitudes, para a geração de valores cada vez maiores. Filion (1999 apud SOUZA NETO; LIMA SALES, s/d, p. 9) descreve algumas das características que os empreendedores devem possuir, como:

“Inovação, Necessidade de Realização, Liderança, Autoconsciência, Riscos Moderados, Autoconfiança, Independência, Envolvimento a longo prazo, Criatividade, Tolerância a ambigüidade e incerteza, Energia, Iniciativa, Tenacidade, Capacidade de aprendizagem, Originalidade, Habilidade na utilização de Recursos, Otimismo, Sensibilidade a outros, Orientação para Resultados, Agressividade, Flexibilidade, Tendência a confiar nas pessoas, Habilidade para conduzir situações e Dinheiro como medida de Desempenho.” (Filion 1999 apud SOUZA NETO; LIMA SALES, s/d, p. 9)

Além desses aspectos, Sexton e Bowman (1985) afirmam que os empreendedores tendem a:

- a) tolerar situações de ambigüidade e risco;
- b) preferem autonomia (inclui independência);
- c) resistem a conformidade;
- d) gostam de assumir riscos;
- e) adaptam-se facilmente a mudanças;
- f) têm baixa necessidade de suporte.

Tendo em vista o predomínio dessas características no comportamento dos empreendedores, segundo Sexton e Bowman (1985), há uma predisposição deles ao stress e à solidão. Essa possibilidade é ainda mais reforçada considerando que, em geral, os empreendedores despendem um grande esforço e energia no trabalho que realizam, porque trabalham, em geral, de forma árdua.

O quadro apresentado até aqui revela a existência de pontos favoráveis e desfavoráveis ao empreendedorismo. A atividade empreendedora pode ser desempenhada de diversas formas, pois embora o termo empreendedorismo normalmente remeta a homens e mulheres visionários que tiveram uma idéia e construíram um novo negócio, tornando-se donos de micros, pequenas ou médias empresas, esta é apenas uma das formas de atuação do empreendedor. O empreendedor possui características que podem gerar mudanças em outros

contextos, podendo atuar dentro de uma empresa - neste caso utiliza-se a terminologia de intra-empendedorismo -, ou atuar com a finalidade de gerar impactos sociais, podendo ainda construir um empreendimento econômico solidário, neste caso atuando como um empreendedor social.

A conceituação a partir de Singer (1999) de empreendimentos econômicos solidários destaca que estes empreendimentos têm suas raízes iniciais na Europa no século XIX, quando a proletarização do mundo do trabalho provocou o surgimento de um movimento operário associativo e das primeiras cooperativas autogestionárias de produção. O autor menciona ainda que, embora o objetivo fosse a reunião de forças para o desenvolvimento de atividades afins com a capitalização de recursos e redução de custos, o objetivo ainda era essencialmente econômico, mas a solidariedade já começava a ser um alicerce para o crescimento e desenvolvimento econômico e social.

O empreendedorismo social surge como uma vertente do empreendedorismo, mas com a diferença essencial quanto aos objetivos do empreendimento. Em definição, o empreendedorismo social na visão de Melo Neto e Froes (2002), não é mais o negócio que investe no social, mas o social que se “empresariza” gerando novos negócios que garantem sua auto-sustentabilidade e desenvolvimento da comunidade.

Já David Bornstein (2005), afirma que os empreendedores sociais têm idéias poderosas para melhorar a vida das pessoas, sendo estes atores que impulsionam a mudança social. Segundo o autor, os empreendedores sociais produzem um forte efeito sobre a sociedade e atualmente a atenção deste está concentrada em descobrir formas para aplicação de técnicas comerciais e administrativas para alcançar fins sociais.

Neste sentido, no empreendedorismo social as boas idéias e disposição do empreendedor não visam o lucro individual e sim benefícios coletivos para uma comunidade, grupo social, meio ambiente ou área específica, como saúde, educação, etc..

O empreendedorismo social tem como objeto o negócio do social, tendo na sociedade civil o seu foco de atuação, buscando parcerias com a

comunidade, setor privado e governo. O foco não é mais o lucro pelo lucro, nem tampouco a competitividade ou produtividade como ocorre nos empreendimentos comerciais, mas sim no desenvolvimento e auto-sustentabilidade de um grupo social ou comunidade. O quadro a seguir caracteriza as principais diferenças entre o empreendedorismo privado e empreendedorismo social, conforme visão de Melo Neto e Froes (2002).

Quadro 3: Diferenças entre empreendedorismo privado e empreendedorismo social.

Empreendedorismo privado	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.

Conforme apresentado no Quadro 3, o empreendedorismo social se diferencia do empreendedorismo privado primeiramente por seu caráter coletivo, depois por não produzir diretamente bens e serviços voltados ao mercado e principalmente por propor soluções para os problemas sociais, voltando-se para grupos em situação de risco social.

A Ashoka, organização fomentadora de empreendedorismo social, define empreendedor social como um indivíduo que tem idéias novas, pensa e age

criativamente, tem personalidade para empreender e tem como objetivo gerar impacto social benéfico. Mônica de Roure (2006), diretora de operações internacionais da Ashoka, discorre sobre os empreendedores sociais da Ashoka, afirmando que estes são especiais em sua liderança, com pensamentos práticos e estratégicos, dedicam-se à procura de alternativas concretas para suplantar a desigualdade social e transformar a realidade desta sociedade de maneira paradigmática. Este paradigma, para Roure, consiste basicamente em uma nova forma de pensar a comunidade e seu desenvolvimento social, econômico, político, cultural, ético e ambiental.

Este enfoque diferenciado do empreendedorismo visa estimular a adoção de um novo modelo de desenvolvimento, diferente do modelo atual que vigora na maioria dos países, quase sempre desigual. As características deste novo modelo, citado por Melo Neto e Froes (2002) e denominado modelo de desenvolvimento comunitário, sustentado e integrado, seria pautado pelas características abaixo relacionadas.

- desenvolvimento de dentro para fora, com foco no indivíduo, seu valor e capacidade de inovação, transformando e empreendendo;
- desenvolvimento de baixo com a mobilização das pessoas que vivem numa comunidade;
- segue como referência, o potencial inerente a cada pessoa e comunidade, grupo humano ou nação;
- concentra-se nas pessoas e grupos sociais, considerando-os únicos sujeitos legítimos do desenvolvimento;
- possui como valores a cooperação, a partilha, a reciprocidade, a complementariedade e a solidariedade;
- os ativos principais são as qualidades humanas e os recursos naturais de cada região.

Segundo Melo Neto e Froes (2002), as características acima descrevem um modelo de desenvolvimento comunitário, sustentado e integrado. Comunitário por decorrer do foco na comunidade, em sua capacitação, mobilização,

conscientização e “empoderamento” que é o poder de transformar a realidade a partir do individual para o coletivo. Sustentado por dar autonomia para que as pessoas, comunidades e grupos tornem-se independentes e auto-suficientes, agindo em benefício próprio. E integrado por estar em forma de redes de cooperação entre governo local, empresas, organizações sociais, entre outros.

Os empreendedores sociais possuem idéias e vislumbram soluções inovadoras para problemas sociais existentes. Antes tudo, são homens e mulheres apaixonados pela vida e com uma forte preocupação com os rumos do planeta, buscando contribuir através de suas ações para sua melhoria. Segundo Willian Drayton, fundador e presidente da Ashoka, Rede de Empreendedores Sociais, o trabalho de empreender visa identificar pontos de estagnação da sociedade, encontrando novas formas de resolver o problema.

As condições sociais no Brasil são preocupantes, principalmente em relação à desigualdade social e os índices pouco animadores das estatísticas, em especial o baixo índice de desenvolvimento humano (IDH). Por isso o principal objetivo que norteia as ações do empreendedor social é a melhoria da qualidade de vida dos beneficiários de seu projeto, além de seu progresso material, cultural e pessoal.

Com este cenário, se faz necessário agir com agilidade e de forma efetiva, buscando um novo modelo (formato) de relacionamento entre comunidade, governo e setor privado. Surge daí a importância do empreendedor social que mobiliza a comunidade para a mudança, mesmo sem o respaldo inicial do estado ou de empresas privadas, formando redes de cooperação e solidariedade, onde governo e setor privado passam de gestores a parceiros.

A busca incessante do empreendedor social é a transformação da sociedade atual, com o objetivo de gerar renda por iniciativa dos atores sociais, possibilitando o exercício da cidadania pautado em padrões éticos e de justiça social. Este objetivo depende da busca de parcerias e redes sociais, gerando qualidade de vida aos atores, estimulando práticas humanitárias e empreendedoras, gerando, contudo, atividade social, cultural, econômica sustentável no que tange ao meio ambiente e economicamente factível.

As redes sociais, diversos momentos citados no meio do empreendedorismo social, foram definidas por Junqueira (2000), conforme trecho abaixo.

“As redes sociais são um conjunto de pessoas e organizações que se relacionam para responder demandas e necessidades da população de maneira integrada, mas respeitando o saber e a autonomia de cada membro. Com isso, as redes constituem um meio de tornar mais eficaz a gestão das políticas sociais, otimizando a utilização dos recursos disponíveis. Preservando a identidade de cada membro e sua competência na gestão dos recursos, faz com que estas organizações se integrem, tanto na concepção das ações intersetoriais como na sua execução, para garantir a população seus direitos sociais.” (JUNQUEIRA, 2000, p. 118).

Além da importância das redes, de acordo com Melo Neto e Froes (2000, p. 36), para que o empreendedorismo social opere ações bem sucedidas, algumas necessidades devem ser levadas em consideração:

- preservação das culturas locais;
- desenvolvimento de processos de participação;
- introdução e prática de novas formas de inserção social;
- engajamento das pessoas no processo;
- incentivo à iniciativa de auto-sustentação;
- garantia do uso sustentável de áreas naturais e da proteção de culturas locais; e
- autogeração de renda e emprego.

O empreendedorismo social ainda necessita de alguns conceitos que delimitem com maior precisão toda sua importância dentro dos contextos sociais, econômicos e políticos de uma sociedade. Embora ainda haja uma escassez

de material bibliográfico relevante ao tema que trate o mesmo cientificamente, existem boas iniciativas de dar ao tema a importância e devido tratamento para que a partir daí novas pesquisas sejam desenvolvidas.

Independente desta carência bibliográfica é um tema rico por si só, pois empreendedores sociais são pessoas que enxergam além do individualismo e se arriscam com os desafios. Bornstein (2005) cita que na visão de Bill Drayton, fundador da Ashoka, perguntas de “como fazer” eram as que mais irritavam os teóricos, mas que eram destas perguntas que viviam os empreendedores. E através de ações e boas idéias, podem promover mesmo que silenciosamente um forte impacto social.

1.3 Gênero: conceituação e relação com empreendedorismo social

As questões de gênero são pouco exploradas no âmbito da administração de empresas e nenhum trabalho específico foi encontrado em torno das temáticas: terceiro setor, voluntariado e empreendedorismo social. Embora um assunto pouco discutido, é de extrema relevância visto que as relações sociais no Brasil e nos países ocidentais, se modificaram muito nas últimas décadas. Nos países orientais as questões de gênero ainda são segregacionistas e culturalmente intocáveis. Especificamente no Brasil, ainda que a relação entre gêneros tenha evoluído, o país ainda carrega uma cultura patronal que ainda permeia a sociedade em determinados aspectos.

O objetivo deste capítulo é suscitar o tema das relações entre gêneros, buscando primeiramente a definição de gênero, passando por um breve apanhado histórico sobre as relações entre gêneros e o tratamento atual dado à questão. Posteriormente, são apresentadas as considerações encontradas sobre as relações de gênero no terceiro setor, em especial no voluntariado e no empreendedorismo privado, finalizando com dados encontrados sobre a questão de gênero no empreendedorismo social.

O termo gênero em definição literal, refere-se a “um conjunto de seres ou coisas que apresentam qualidades semelhantes” (BUENO, 1996). Importante ressaltar que, neste trabalho, o termo é utilizado para designar a relação entre homens e mulheres inseridos na sociedade. Embora a proposta seja analisar igualmente o gênero masculino e feminino, a maioria da literatura a cerca do assunto nos remete às mulheres e a sua situação de desigualdade em relação aos homens. Os estudos de gênero normalmente focam exclusivamente o gênero feminino e não leva em consideração um estudo mais aprofundado do gênero masculino, o que seria de igual importância para o entendimento e a evolução das relações.

Dentro do sentido acima proposto, Abril e Banegas (2004) conceituam gênero conforme citação abaixo:

“Uma categoria de relação que salienta os papéis socialmente construídos e as relações entre homens e mulheres. Tornar-se uma mulher ou um homem é um processo de aprendizado, nascido de padrões sociais estabelecidos. Eles são impostos não só através de normas, mais também através de coerção, e são modificados ao longo de tempo para refletir no poder e na estrutura normativa do sistema social.” (ABRIL E BANEGAS, 2004, p. 19),

Pretende-se a partir daqui ilustrar alguns aspectos históricos relevantes quanto à relação do gênero feminino com o trabalho, buscando demonstrar as mudanças ocorridas ao longo do tempo até a situação dos dias atuais.

Sabe-se que durante muito tempo as mulheres eram responsáveis pelo cuidado com os filhos, com o lar e seu esposo. Aquelas que por ventura se desviavam do que a sociedade tinha determinado como correto, eram banidas do convívio e em alguns casos eram privadas de viver, para que através do exemplo, as lideranças pudessem controlar o comportamento de todas as pessoas. As mulheres não eram vistas como seres pensantes, com sentimentos e necessidades, sendo colocadas em um patamar inferior. Neste sentido, não podiam exercer atividades políticas ou trabalhar em atividades que não fossem essencialmente domésticas.

Muitas mulheres se tornaram mártires por contrariar o sistema social vigente de sua época.

Em alguns estudos mitológicos e análises da história da humanidade, Josephh Campbell (apud MURARO e BOFF, 2002), observou que a cerca de vinte mil anos, se referiam ao feminino como Deusa, identificado como Terra “de onde tudo saia e para onde tudo voltava, daí a existência de todos os seres”.

Neste contexto, Muraro e Boff (2002), afirmam que as mais antigas imagens sagradas são de mulheres. Estas governavam as sociedades pela “linhagem feminina” e eram consideradas quase sagradas. Este poder se originava no fato de que podiam gerar a vida e supunham que elas pariam deuses, o que na época atribuía a elas poder, pois o poder econômico era o poder de gerar. Segundo os autores, durante esta época a humanidade vivia em equilíbrio entre si e com a natureza.

Este equilíbrio, porém, como ressalta ainda Muraro e Boff (2002), foi rompido quando os mais fortes passaram a dominar os mais fracos, iniciando as lutas pela terra e as batalhas utilizando a força física, denominada “era do patriarcado”. Os autores ressaltam que as guerras passaram a ser uma rotina neste período.

“Os princípios feminino e masculino, que governavam juntos o mundo até então, se dividem: a mulher fica reclusa no domínio da casa – do privado – e o homem assume o domínio público. Agora é a lei do mais forte que consolida o seu poder. Um poder que não é mais um serviço e sim um privilégio. Agora a relação que predomina é do senhor e do escravo. O homem domina e a mulher é dominada.”
(MURARO; BOFF, 2002, p. 174)

Após muitos séculos, durante a Idade Moderna, com a evolução do sistema econômico, a mulher foi ganhando visibilidade enquanto mão-de-obra produtiva, com a abertura de algumas oportunidades de trabalho, passando a colaborar na fabricação de tecidos e objetos que viriam a servir de instrumento de

troca por outras utilidades. Utilizava suas competências domésticas e artesanais para contribuir com o sustento da família. A partir da industrialização destas atividades, surgiu o trabalho assalariado.

A Revolução Industrial, caracterizada pelo surgimento de profissões antes essencialmente masculinas, trouxe a disputa sexual do trabalho. Os autores Gomes e Gottschalk (1994) ressaltam que durante este período a atividade feminina era caracterizada pela mão-de-obra mais barata e menos produtiva devido às múltiplas ocupações que a mulher se submetia. Entre os inúmeros problemas relacionados às condições de trabalho de mulheres e menores durante este período, os autores relatam no trecho abaixo esta situação.

“O emprego de mulheres e menores na indústria nascente representava uma sensível redução do custo de produção, a absorção de mão-de-obra barata, em suma, um meio eficiente e simples para enfrentar a concorrência. Nenhum preceito moral ou jurídico impedia o patrão de empregar em larga escala a mão-de-obra feminina e infantil. Os princípios invioláveis do liberalismo econômico e do individualismo jurídico davam-lhe a base ética e jurídica para contratar livremente, no mercado, esta espécie de mercadoria. Os abusos desse liberalismo cedo se fizeram patentes aos olhos de todos, suscitando súplicas, protestos e relatórios (Villermé) em prol de uma intervenção estatal em matéria de trabalho de mulheres e menores. Com as primeiras leis que surgiram, em diversos países europeus, disciplinando esta espécie de trabalho, surgiu, também, para o mundo jurídico, a nova disciplina: O Direito do Trabalho. Com efeito, foi o *Moral and Health Act*, de Roberto Peel, em 1802, a primeira manifestação”. concreta que corresponde à idéia contemporânea do Direito do Trabalho”. (GOMES e GOTTSCHALK; 1994, p. 419)

A problemática da mulher trabalhadora surge num mundo onde o trabalho assalariado e a responsabilidade familiar havia se tornado ocupações de tempo integral e, por assim dizer, diferenciada. Essa diferenciação contribuiu para a separação do lar e do trabalho, acentuando a diferença entre o homem e a mulher.

Este desenvolvimento industrial proporcionou a introdução em larga escala do trabalho feminino, pelos baixos custos que este representava, até em prejuízo da mão-de-obra masculina, já abalada pelo aperfeiçoamento das máquinas que começaram a eliminar postos de trabalho.

A partir do século XIX, o ingresso da mulher trabalhadora no setor econômico, conforme ressalta Gomes e Gottschalk (1994, p. 419), contribuiu para reavaliar a posição da mulher no nível de produção, bem como sua posição de categoria secundária frente ao lar e trabalho, reprodução e produção. Os autores ainda ressaltam que durante este período, o Estado não interferia nas relações jurídicas de trabalho, permitindo toda a sorte de exploração. As mulheres eram remuneradas ao livre arbítrio dos patrões, eram desprezadas e colocadas em postos inferiores, com menores salários; as menos instruídas eram consideradas aptas somente em certos períodos de sua vida, ou seja, quando jovens e solteiras, exercendo apenas um tipo de atividade sem qualquer profissionalização. Os autores ressaltam ainda que em algumas atividades, como enfermagem, datilografia e rotinas de escritório, as mulheres eram consideradas adequadas, pois, através dessas atividades, elas podiam exprimir a sua delicadeza e submissão, aceitando o custo da mão-de-obra feminina abaixo do que o da masculina.

As normas de proteção ao trabalho da mulher, segundo Gomes e Gottschalk (1994, p. 419), surgiram com o objetivo de retirar a mesma de certas condições de trabalho. Essas medidas provocaram um barateamento na força de trabalho e o deslocamento das mulheres para setores não regulamentados em indústrias menos desenvolvidas. Os autores prosseguem relatando que a limitação das horas de trabalho e a proibição do trabalho noturno aplicavam-se somente para as trabalhadoras no setor fabril. As atividades agrícolas, o serviço doméstico, o comércio retalhista, as lojas e as oficinas domésticas, eram excluídos dessa proteção. Gomes e Gottschalk (1994, p. 419) concluem que, entre a maternidade e trabalho, reprodução e produção, domesticidade e trabalho remunerado, a mulher passou a ser vista como uma patologia social e não no nível de satisfação ou de dificuldade que o trabalho poderia oferecer.

A mulher trabalhadora foi produto da Revolução Industrial, que fez aflorar as suas potencialidades num capitalismo destrutivo. Em razão do cuidado do

lar e da maternidade, a mesma se submetia a salários baixos, em qualquer especialização. Desde o período pré-industrial, a atividade feminina demonstrava êxito entre o trabalho e a família.

Na realidade, a mulher era tida como uma espécie de segunda categoria, cujo corpo, capacidade produtiva e responsabilidade social a tornava incapaz para o tipo de trabalho que lhe traria reconhecimento econômico e social. Infelizmente hoje, em algumas nações da África e da Ásia, a mulher culturalmente é colocada em um patamar inferior ao homem, sofrendo em algumas culturas retaliações físicas e psicológicas o que, além de causar sofrimentos, pode impedir a ascensão de muitos países pelo sub-aproveitamento do potencial feminino.

O primeiro movimento de regulamentação das condições de trabalho das mulheres, ocorreu através do Decreto 21.417 de 1932, onde no seu art. 1º, foi regulamentada a força de trabalho da mulher. Além desse artigo, outros também estabeleciam pontos essenciais como a licença remunerada para gestante por quatro semanas antes e quatro depois do parto e a proibição da demissão da gestante pelo simples fato da gravidez.

“Regula as condições do trabalho das mulheres nos estabelecimentos industriaes e commerciaes. O Chefe do Governo Provisório da Republica dos Estados Unidos do Brasil resolve: Art. 1º. Sem distincção de sexo, a todo trabalho de igual valor corresponde salário igual”. (texto original, extraído do site Ministério do Trabalho e Emprego, em 20 de março de 2007)

Embora o decreto falasse de equiparação salarial para atividades iguais independente do gênero, na prática a velocidade das mudanças demoraram a ocorrer e em algumas localidades, ainda nos dias atuais, as leis continuam apenas no papel. Mais de 50 anos depois do primeiro decreto, a temática sobre a igualdade de gêneros no trabalho e direitos das mulheres durante a gestação e após esta, foram reafirmados através da Constituição Federal de 1988, onde foi disposto no texto do art. 7º:

Art. 7º São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social:

XVIII - licença à gestante, sem prejuízo do emprego e do salário, com a duração de cento e vinte dias;

(...)

XX - proteção do mercado de trabalho da mulher, mediante incentivos específicos, nos termos da lei;

(...)

XXV - assistência gratuita aos filhos e dependentes desde o nascimento até 5 (cinco) anos de idade em creches e pré-escolas;

(...)

XXX - proibição de diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil

(...)

A partir da década de 90, as mulheres ingressaram fortemente no mercado de trabalho remunerado obtendo ganhos importantes no local de trabalho. Apesar disso, a igualdade de condições de trabalho entre os gêneros não foi alcançada, conforme as pesquisas de Tomei (2004, p. 62), que constatou que:

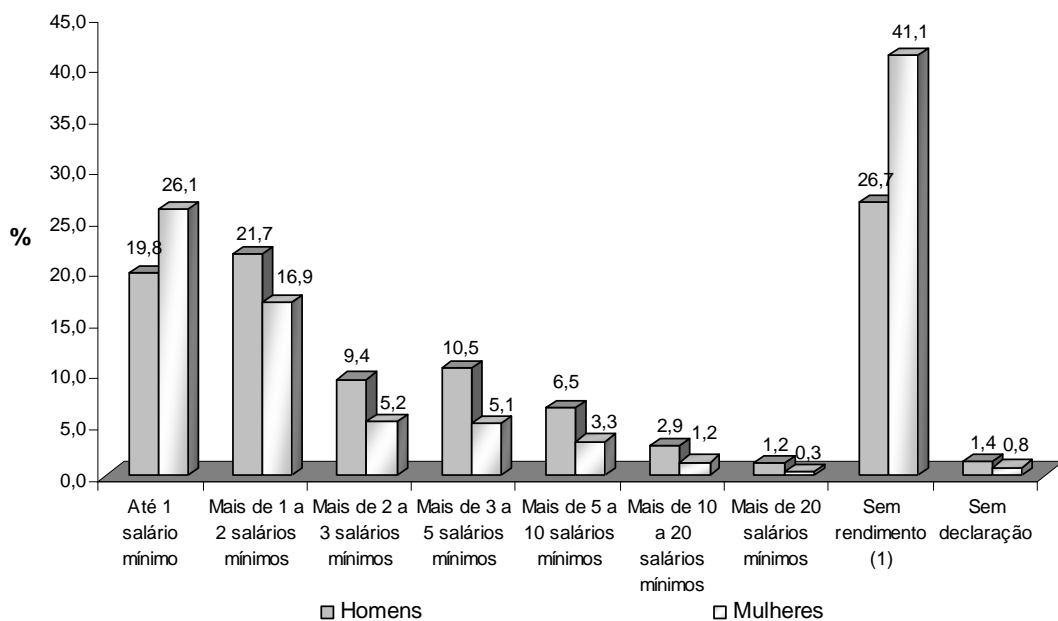
- As mulheres ganham menos que os homens;
- Mesmo quando elas são tão qualificadas quanto ou até mesmo mais qualificadas do que os homens;
- As mulheres estão sub-representadas nos empregos de alta remuneração e excessivamente representadas em trabalho de baixa remuneração;
- São as primeiras a serem demitidas e são mais prováveis no trabalho informal do que os homens.

Embora exista o princípio da igualdade jurídica dos sexos, constata-se, na prática, que inúmeras restrições impedem e retardam a total equiparação do trabalho da mulher ao do homem. Os direitos e deveres devem ser reconhecidos idênticos para ambos os sexos, conforme está na Constituição Federal.

É fato que atualmente a mulher possui uma maior inserção na força de trabalho, mas conforme relata Abril e Benegas (2004, p. 2), esta ainda é menor do que a do homem. Os autores relatam que em alguns países, mesmo a mulher possuindo um nível de escolaridade mais elevado, o homem ainda é predominante na força de trabalho e, muitas vezes, recebe salários mais altos mesmo desempenhando a mesma atividade.

“Houve recente diminuição significativa na diferença salarial entre os gêneros, porém a mulher continua a ganhar menos do que o homem, nos países da América Latina e Caribe, excetuando a Costa Rica. Os fatores que contribuem para esta diferença são: (a) o alto índice de mulheres no setor de serviços, que tende a ser o menos remunerado; (b) estratégias familiares que elegem a mulher como principal responsável pelos filhos e, como consequência; (c) ingresso e saída mais freqüente da força de trabalho e a preferência por empregos de meio expediente”. (ABRIL e BENEGAS, 2004, p.2)

Uma pesquisa realizada pelo IBGE-PNAD (IBGE, 2004), já ressaltava esta desigualdade quanto ao rendimento salarial de homens e mulheres, conforme pode ser observado no Gráfico 2.



(1) Inclusive as pessoas que receberam somente em benefícios.

Gráfico 2: Brasileiros com 10 anos ou mais de idade segundo o sexo e as classes de rendimento mensal - 2004

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2004.

Em relação à escolaridade, a pesquisa do IBGE-PNAD (IBGE, 2004), também constatou que o nível de escolarização das mulheres era maior do que o dos homens, ou seja, elas tinham mais anos de estudo, como pode ser observado no Gráfico 3, porém mesmo com maior escolaridade, os homens conseguiam trabalho com maior facilidade do que as mulheres e remuneração mais elevada.

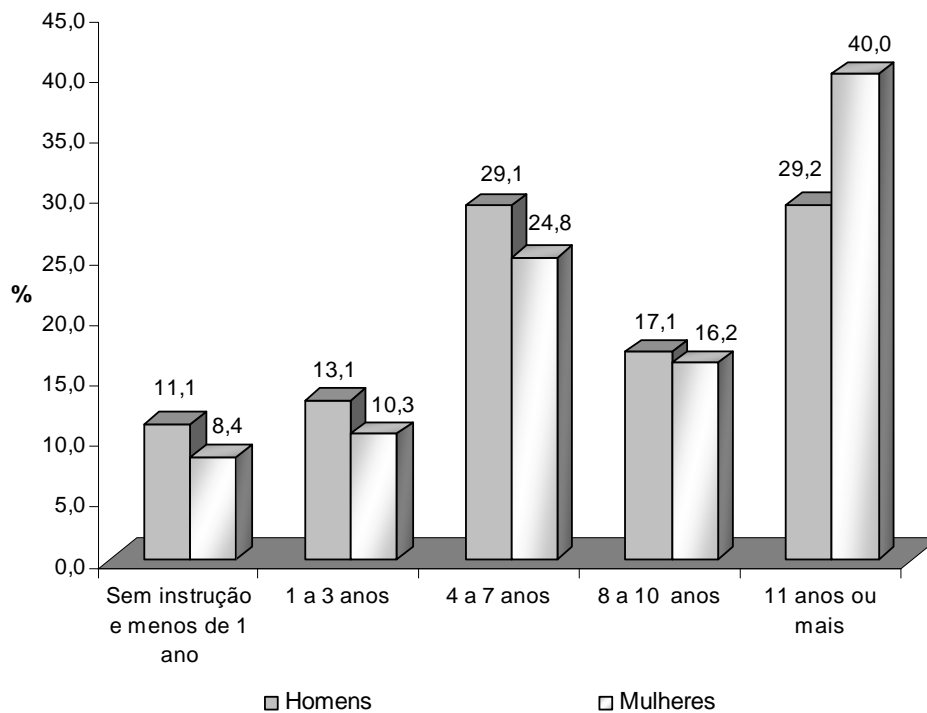


Gráfico 3: Brasileiros com 10 anos ou mais de idade segundo o sexo e os grupos de anos de estudo – 2004

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2004.

Diante deste cenário, o que demonstra uma evolução em relação à questão, segundo relata Tomei (2004), é a preocupação de órgãos regulamentadores quanto à redução das disparidades observadas no mercado de trabalho em relação ao gênero.

“A Organização Internacional do Trabalho – OIT, promove e monitora a implementação de padrões de trabalho relacionados à igualdade de gêneros, fornece conselho técnico para os governos para assegurar que os sistemas estatísticos nacionais computem o trabalho que as mulheres fazem e que as reformas às leis trabalhistas e aos sistemas de relações industriais não ampliem as desigualdades de gênero, ajuda as organizações de trabalhadores e de empregadores a fazer suas estruturas mais equilibradas em termos de gênero e ajuda os sindicatos a alcançar os trabalhadores desorganizados, dos quais a maioria é de mulheres”. (TOMEI, 2004, p. 62).

Grandes mudanças ocorreram nas empresas para que atingissem um diferencial dentro de um mercado globalizado, passando do técnico e objetivo para o intuitivo e subjetivo. Estas precisam agora de flexibilidade, sensibilidade para entender as necessidades dos clientes, prestatividade, enfim, características humanas predominantemente femininas. Neste sentido, Naisbitt e Aburdene (1993 apud CARREIRA et al, 2001, p. 45) afirmam que “[...] se a sociedade industrial era um mundo de homens, a sociedade da informação é o mundo dos instruídos e dos tecnicamente competentes, sejam homens ou mulheres [...] Se o homem foi o protótipo do trabalhador industrial, o trabalhador da Era da informação é tipicamente uma mulher”.

Confirmando esta tendência, Rosnay (1997), realça a tendência ao predomínio dos valores femininos, dentro de uma perspectiva mais ampla, visto que os homens podem também possuir tais valores.

“O período de conquista econômica e industrial dos últimos séculos, resultante da exploração acelerada dos combustíveis fósseis, privilegia valores ‘masculinos’: competição, conquista, dominação, crescimento. A transição que a humanidade está vivendo – fase de reordenamento pós-industrial ou biotecnológico, sociedade de informação e de comunicação – terá necessidade de retornar a valores ‘femininos’, tais como solidariedade, complementaridade, equilíbrio, ou seja, valores análogos aos que prevaleciam no período

de sobrevivência da humanidade. [...] atualmente, a crise do meio ambiente, os perigosos poderes da biologia, os desafios da educação, colocam em primeiro plano a influência de valores femininos no debate sobre as questões mais importantes da sociedade. Essa progressão dos valores não diz respeito somente ao 'feminino' ou ao acesso das mulheres aos postos de responsabilidade na indústria ou na política, necessária reequilibragem dos poderes, mas antes uma nova maneira de ver o mundo e agir sobre ele, baseada na cooperação, em vez da competição. Daqui em diante, essa visão é compartilhada por um número crescente de homens." (ROSNAY, 1997, p. 349)

Outra evidência da seriedade dada à questão, foi a inclusão da temática sobre a igualdade de gêneros nas discussões da Organização das Nações as (ONU) durante a Declaração do Milênio em setembro de 2000. Esta declaração continha os chamados Objetivos do Milênio (*Millennium Development Goals – MDGs*), que reúne oito macro-objetivos a serem atingidos pelos países até o ano de 2015, através de ações concretas realizadas entre governo e sociedade. Um dos objetivos é o da igualdade entre os gêneros e o reconhecimento do poder da mulher. O Brasil, em conjunto com os países-membros da ONU, assinou o pacto e estabeleceu um compromisso compartilhado com a sustentabilidade do Planeta. As demais metas de desenvolvimento surgem como demandas imprescindíveis para o crescimento, desenvolvimento e sustentabilidade da sociedade moderna. Estes foram criados a partir de questões de alta criticidade. São eles:

1. Erradicar a extrema pobreza e a fome – para isso, os países devem reduzir pela metade, entre os anos 1990 e 2015, a proporção da população que tiver renda inferior a um dólar por dia e também, a proporção da população que sofre de fome;
2. Atingir o ensino básico universal – os países, até o ano de 2015, deverão garantir o direito de todas as crianças, de ambos os sexos, terminarem um ciclo inteiro do ensino básico;
3. Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres – os países, até o ano de 2015, deverão eliminar as diferenças entre os sexos, inclusive no ensino primário e secundário como também em todos os níveis de ensino;

4. Reduzir a mortalidade infantil – os países devem, até o ano de 2015, reduzir em 2/3 a mortalidade das crianças menores de 5 anos;
5. Melhorar a saúde materna – Até o ano de 2015, os países precisam reduzir em ¾ a taxa de mortalidade materna;
6. Combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças - Até 2015 os países devem evitar a propagação do HIV/AIDS, assim como a incidência da malária e de outras doenças importantes;
7. Garantir a sustentabilidade ambiental – Os países devem, até o ano de 2015, integrar os princípios do desenvolvimento sustentável nas políticas e programas nacionais, revertendo a perda de recursos ambientais;
8. Estabelecer uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento – Os países devem até o ano de 2015, avançar no desenvolvimento de um sistema comercial e financeiro aberto, previsível e não discriminatório.

(MILLENIUM Project. On line, 19/04/2007).

Importante a partir daqui, buscar um recorte sobre a situação das relações de gênero no âmbito do empreendedorismo. Dados de 2004 relatados por Hisrich e Peters (2004, p.86), ressaltam um aumento grande de mulheres que trabalham por conta própria, sendo que estas iniciam novos empreendimentos três vezes mais que os homens. Os autores acima citados afirmam ainda sobre o cenário no ano de 2004 “formando mais de 70% de todos os novos negócios, as mulheres possuem hoje mais de 8,5 milhões de pequenas empresas, que empregam mais de 17 milhões de pessoas, um aumento de 45% desde 1990” (HISRIC e PETERS, 2004, p.86).

Esta posição, porém, não é confirmada pelo Sebare (2005), que afirmou um ano depois que as mulheres brasileiras atuam menos em empreendimentos estabelecidos do que os homens. Conforme alguns dados acumulados de 2001 a 2005 feitos pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), havia dois homens para cada mulher à frente de negócios com mais de 3 anos e meio de vida, e, também, a taxa de empreendedores homens iniciais em 2001 era de 14,6%, enquanto entre as mulheres esta taxa era de 9,2%.

Tabela 1: Evolução da razão de empreendedores de negócio em estágio por gênero no Brasil 2001 - 2005

ANO	EMPREENDEDORES INICIAIS				
	Homem		Mulher		Razão
	Taxa (%)	Empreendedores	Taxa (%)	Empreendedores	Homem/Mulher
2001	15,4	7.561.000	9,2	4.705.000	1,61
2002	16,0	8.333.000	11,3	6.112.000	1,36
2003	14,2	7.360.000	11,7	6.216.000	1,18
2004	15,7	8.857.000	11,3	6.515.000	1,36
2005	11,8	6.779.000	10,8	6.344.000	1,07

Fonte: GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004 e 2005; extraído de SEBRAE, 2005.

Percebe-se através da visualização dos dados da tabela 1, que houve um crescimento da taxa de mulheres empreendedoras iniciais até o ano de 2003, passando por uma queda em 2004 e voltando a crescer no ano de 2005, quando as taxas masculinas praticamente se igualaram às taxas femininas. Isso demonstra que houve uma evolução no período analisado, o que foi constatado através do Sebrae em outra pesquisa. Os dados demonstraram que quantitativamente em 2005, a mulher já representa quase 50% das donas de novos empreendimentos comerciais, sem contar dados não contabilizados da representatividade da mulher em negócios informais.

As mulheres empreendedoras segundo o Sebrae (2003) possuem normalmente escolaridade acima da média e segurança financeira para enveredar-se no caminho do empreendedorismo. Muitas atuam em negócios tipicamente femininos, como docerias, confecções, lavanderias, entre outras atividades.

A perspectiva de traçar um paralelo entre a relação da mulher no meio social, como empreendedora e como voluntária se faz necessário a partir deste ponto. Para tanto, serão resgatados alguns conceitos e dados que sustentem este paralelo, buscando enriquecer a análise em relação ao gênero.

Ainda que existam poucas pesquisas que forneçam algum dado sobre as questões de gênero no empreendedorismo - mesmo que estes dados sejam essencialmente demográficos, faltando talvez uma análise mais aprofundada

das questões que contribuem para este cenário - as pesquisas de gênero no âmbito do empreendedorismo social, são ainda mais escassas.

Apesar disso, algumas tendências podem ser percebidas em estudos realizados anteriormente, tal como o de Sexton e Bowman-Upton (1990), que apontam que há mais semelhanças do que diferenças ligadas ao gênero e características psicológicas no papel empreendedor. Investigando o comportamento empreendedor em 105 mulheres e 69 homens eles constataram uma significativa diferença em relação ao nível de energia e propensão ao risco, bem como uma diferença a maior no tocante a autonomia e desejo de mudança por parte das mulheres. Algumas diferenças de características comportamentais são assinaladas por Hisrich (1989), como por exemplo, enquanto que os homens apresentaram um elevado nível de autoconfiança, as mulheres apresentaram um nível médio. Apesar do resultado, os autores ressaltaram a necessidade de pesquisas adicionais na área.

Em relação especificamente ao empreendedorismo social, foi encontrada apenas uma pesquisa também desenvolvida pelo GEM (SEBRAE, 2003), puramente demográfica sem o aprofundamento para entender esta divisão, que levantou em 2003 a participação de 30% de mulheres em relação a 70% de homens, atuando no empreendedorismo social.

Este dado pode ser questionado quando observamos a mulher ao longo de muitos anos sendo muito mais ativa em organizações e fundações de cunho social do que os homens. Um exemplo é a atuação feminina nas casas de misericórdia e entidades assistencialistas.

Tal percepção é confirmada quando Fisher e Falconer (2001) afirmam que, ao longo dos anos, para além da premissa cristã, o trabalho voluntariado ganhou também a conotação de justiça social. Com ensejos altruísticos estimulados, sobretudo pelas diversas crenças religiosas que vicejam no país, muitas pessoas, em especial as mulheres, ao longo de gerações, destinam seu tempo a atividades de beneficência social; ou ainda, movidos por aspirações de justiça social, operaram em movimentos sociais e organizações não-governamentais, em busca de ampliar e assegurar direitos civis ou apoiar grupos

que não têm recursos para resolver seus problemas específicos de vários tipos, como, saúde, educação, moradia etc.

Domenegueti (2001, p. 98) afirma que “as mulheres de 30 a 60 anos são a mais importante força de trabalho dentro de uma instituição, pois são catedráticas na arte do amor, da doação e da compreensão”. Porém a autora ainda afirma que a presença masculina é fundamental no setor, por, segundo ela, imprimir um alto nível de profissionalismo e firmeza ao setor.

Este destaque na participação feminina em relação a masculina em atividades voluntárias, é evidenciado em dados do relatório anual 2006 da organização Parceiros Voluntários, conforme o Gráfico 4.

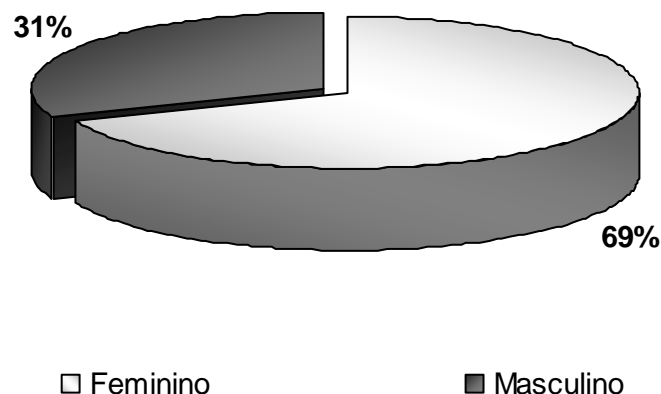


Gráfico 4: Perfil do Voluntariado brasileiro segundo o sexo.

Fonte: Relatório Anual 2006, Organização Parceiros Voluntário; on-line; 17/04/2007.

Uma escassez de materiais a respeito da atuação da mulher no empreendedorismo social limita a discussão sobre o assunto, daí a necessidade de dissertar em relação aos poucos dados obtidos e a auto-percepção sobre o assunto.

É importante nesse ponto, fazer uma análise das diferenças entre os gêneros feminino e masculino, discutidas cientificamente e que podem contribuir para uma análise mais aprofundada das motivações que podem influenciar neste aparente interesse maior das mulheres pelo voluntariado e dos homens pelo empreendedorismo.

Quanto aos aspectos comportamentais relacionados a questão de gênero, encontramos a partir de Muraro e Boff (2002) a visão de que a educação que os homens recebem desde a infância tende a vida pública, produtiva, autônoma, individualista, sem culpa de forma egoísta e impessoal pontuada pela objetividade e agressividade. Já a formação feminina tende a vida doméstica voltada para a doação e abnegação, passividade e dependência voltada para a coletividade, predominando a personalidade sensível, detalhista, intuitiva e cooperativa. Neste sentido é observado que o meio sócio cultural contribui para o comportamento do homem e da mulher.

Seguindo com o feminino e masculino aproximamo-nos de Manzini-Covre (2005). A autora diz que o ser humano tem um lado feminino e masculino, mas ela assinala com base na abordagem unnicottiana que o feminino refere-se ao ser e o masculino ao fazer e que, contudo é preciso primeiro ser para depois fazer.

Neste sentido, na sociedade capitalista onde o “ter” predomina sobre o “ser” e onde o meio sócio cultural contribui para o comportamento do homem e da mulher, neste contexto, seria relacionado ao homem as atividades que exigem maior força física, assim como o domínio dos jogos de poder, e as mulheres, pode supor que sofrem com esta opressão, pois os valores incorporados desde a infância não refletem as exigências do mercado.

Uma onda de mudanças na estrutura psíquica dos seres humanos está ocorrendo a partir deste século na visão de Muraro e Boff (2002), que afirmam que esta mudança não ocorre nas classes dominantes ou proletárias, mas no âmbito da classe média, que segundo os autores é mais livre e procura se libertar das neuroses para viver uma vida mais prazerosa. Afirmam que é esta classe média que quer construir um mundo novo, buscando também a libertação do feminino através da transformação pelo trabalho, buscando sobretudo o equilíbrio nesta esfera.

Oportunamente, destaca-se um texto em que Hite (1992), muito bem descreve acerca de tal desigualdade entre os gêneros, literalmente expressando:

“Quaisquer símbolos e imagens de Adão e Eva continuam a ser usados em anúncios e desenhos que constantemente nos cercam,

lembrando-nos do “pecado” de Eva que foi responsável pela nossa “ruína”, por termos sido expulsos do Jardim do Éden. As mulheres são supostamente responsáveis pelo “pecado original”, e ainda nos faz lembrar da nossa “natureza básica”, desse modo fazendo-nos tentar ainda mais ser “boas”, provar que somos “dignas de confiança”, para sermos aceitas pela sociedade, amadas. Não é surpresa que algo tão antigo como a tradição ocidental, na tradição patriarcal, como a dicotomia entre mulheres “ruins” e “boas” não tenha acabado nestes mais de vinte anos em que as mulheres desafiam o domínio dos homens. Ou até mesmo nos últimos cem anos, desde que as mulheres deixaram de ser legalmente propriedade do marido e dos pais, já que a dicotomia - e claro que não existe dicotomia para os homens - tem raízes profundas, entrelaçadas nas bases de nossa cultura.” (HITE, 1992, p. 299).

E pode-se afirmar que culturalmente a mulher sempre foi considerada o sexo frágil, porém em contraste com a força física dos homens. Porém como bem observa Chiland (2005), o fato é que há menos mortes de fetos do sexo feminino, menos mortes perinatais, e ainda, menos formas graves de doenças infantis e um menor período de hospitalização das mulheres. Ainda reforça Chiland (2005) que a mulher é objeto de inveja por parte dos homens, e que essa inveja é recalcada do poder “maternante” e de um poder de criatividade fundamental, e em razão disto os homens se sentem forçados a reprimi-las para contê-las, para que se atenuem o medo e a inveja que elas inspiram.

Outra visão da psicologia é apresentada através de Jung (2002) que chamou as formas masculina e feminina, respectivamente, *animus* e *anima*, sendo que a primeira é a personificação das tendências psicológicas femininas na *psique* do homem, ou seja: a capacidade de amar, a sensibilidade à natureza, as intuições, a receptividade, dentre outras. Segundo o autor, a influência da *anima* no caráter do homem vai determinar a influência negativa com manifestações mais acentuadas em sentimentos depressivos, inseguros ou susceptíveis, ou ele poderá ser afetado de forma positiva, mas se tornando efeminado, sentimental ou com incapacidade de fazer face às dificuldades da vida. Entretanto o aspecto positivo da *anima* poderá levá-lo a escolha de uma boa esposa. Já a personificação feminina no inconsciente

da mulher, o *animus* apresenta-se como uma convicção secreta, da qual a mulher a anuncia com voz forte ou impõe esta convicção por meios violentos. Entretanto poderá a mulher se revelar exteriormente feminina, mas apresentar um *animus* expresso como uma força igualmente inexorável. O *animus* é baseado no pai da mulher. É ele quem lhe traz convicções irretrucáveis, incontestáveis e às vezes de difícil acesso.

Kimura, por exemplo, afirma que “os efeitos dos hormônios sexuais sobre a organização do cérebro resultam em cérebros com ‘circuitos’ diferentes para mulheres e homens” (1992, p. 121) e que, a partir daqui, se pode inferir a existência de potencialidades diferentes em praticamente todos os aspectos da experiência. Esta possibilidade gera especulação sobre as diferenças de papéis sociais: “O fato de se terem encontradas diferenças consistentes e, alguns casos substanciais, sugerem que os homens e as mulheres tenham interesses ocupacionais e capacidades diferentes, independentemente das influências sociais. Não esperaria, por exemplo, que homens e mulheres estivessem igualmente representados em atividades ou profissões.” (KIMURA, 1992, p. 121)

Existem a partir do conteúdo apresentado diferenças entre homens e mulheres, sem que isso queira dizer desigualdade entre os gêneros. A sociedade sempre definiu a maneira como ela entendia os papéis sexuais, a prática da sexualidade, porque é da natureza do homem ter uma cultura. Mas a questão é que as culturas interpretaram diferença sexual como inferioridade e construíram uma desigualdade de direitos.

Esta influência do meio social com os comportamentos é que torna mais comum no homem a relação mais expansiva, daí se inferir que ele é projetado mais para o exterior. O homem denota também, um modo de ser mais agressivo, enquanto que a mulher estaria mais voltada para dentro, em consequência de uma maior preocupação com a prole.

A diferença entre os gêneros, na verdade, não induz em si, nenhuma superioridade ou inferioridade, apenas indica uma complementaridade, porém a inferiorização da mulher, foi usada para desvalorizá-las e reprimi-las durante séculos.

Por isso Chiland (2005) sugere que há uma necessidade de reexaminar o porquê dessa desigualdade sexual e em decorrência disso encontrar as raízes da afirmação da superioridade masculina e de suas aceitação pelas mulheres através dos tempos. Há também de se indagar por que as idéias feministas contrárias a essas desigualdades entre homens e mulheres serem tão recentes? Embora se saiba que o movimento com raiz na revolução industrial é irreversível, porque uma nova civilização se pôs em marcha. Contudo, ainda é de indagar-se por que as mulheres deixaram-se dominar durante tempos imemoriais, questiona Chiland (2005).

O fato é que as mulheres estão cada vez mais organizadas, lutam por seus direitos, reivindicam tratamento mais justo, assumem novos papéis na sociedade e se esforçam para alterar seu comportamento. É preciso analisar se a dita superioridade do homem continuará prevalecendo. Talvez seja necessário um movimento em que alivie o homem de um fardo tão pesado, e que ele descubra que dividindo o *poder*, sua vida se tornará mais leve e daí possa viver tanto quanto as mulheres, arremata Costa (1994).

CAPÍTULO 2

2. O case Ashoka

Com o objetivo de tratar à temática do empreendedorismo social, foi escolhida uma organização internacional que há 25 anos identifica e investe em indivíduos com idéias inovadoras e práticas capazes de gerar mudanças positivas com alto impacto social: a Ashoka.

Este capítulo pretende ilustrar um pouco da história da organização e como iniciou todo o trabalho de seleção de empreendedores. Serão referenciados casos reais em diversos países, além da apresentação de dados atuais da instituição.

2.1 História da organização

Na obra *Como mudar o mundo*, David Bornstein (2005) conta a história da Ashoka, de seu fundador e alguns cases de empreendedores da Ashoka ou empreendedores que inspiraram o trabalho desenvolvido pela organização. Nos próximos parágrafos, a atenção estará voltada a este detalhamento, com todo o conteúdo exposto baseado na obra do autor supracitado.

A idéia da criação de uma organização fomentadora do empreendedorismo foi implementada em 1978, embora tenha surgido 15 anos antes, quando o norte-americano Bill Drayton, na época diretor-assistente da agência de Proteção Ambiental dos EUA, decidiu fundar uma organização para apoiar empreendedores sociais em todo mundo. Tinha a intenção de procurar indivíduos em diversos países, com novas idéias (instigantes e criativas) de mudança social, alinhadas a habilidades empresariais e sólidos princípios éticos. Drayton tinha na época 35 anos de idade e buscava gente com idéias instigantes, criatividade, discernimento e determinação para compreender suas idéias em grande escala, deixando o que ele chamava de “marca na história”.

Drayton pensou em um nome para dar a esta organização, mas desejava criar um nome que não representasse um grupo ou língua específica, o que poderia torná-lo excludente, antagônico ao objetivo precursor da organização. Decidiu então dar o nome de uma pessoa a organização. Dentre seus quatro heróis, Thomas Jefferson, Mohandas Gandhi, Jean Monnet, ele optou por Ashoka, imperador indiano que unificou a maior parte do sul da Ásia no terceiro século A.C.. Ashoka foi pioneiro em inovações, tanto em desenvolvimento quanto em bem-estar social. Drayton considerava Ashoka como um dos líderes mais tolerantes, ecumênicos e criativos da história.

Assim fundou a Ashoka: Innovators for the public . Em sânscrito, Ashoka significa *ausência ativa de tristeza/ sofrimento*. Como logotipo da organização, Drayton escolheu o carvalho que além de ser uma árvore forte, resistente a seca e com raízes longas e profundas, é uma árvore considerada maravilhosa e expansiva, pois fornecia sombra e propiciava encontros nas aldeias.

Drayton envolveu amigos com quem compartilhava suas idéias durante anos. Fez uma viagem exploratória a Índia, Venezuela e Indonésia a fim de buscar uma forma de planejar um programa capaz de identificar empreendedores sociais pouco conhecidos e prever quais poderiam impactar nas décadas futuras. Drayton se questionava se “seria possível criar um sistema de alta confiabilidade que pudesse identificar grandes idéias transformadoras de padrões e empreendedores de primeira classe antes que ambas as coisas tenham sido comprovadas.”

Este grupo liderado por Drayton indagou centenas de pessoas durante duas semanas de viagem à Índia. Buscavam identificar pessoas que tivessem feito algo inovador para o bem público. Indagavam às pessoas se conheciam cidadãos que causaram mudanças significativas sentidas por eles. Drayton então, decidiu por iniciar seu trabalho na Índia em 1979, um país com menos entraves políticos na época e grande necessidade de desenvolvimento social.

Em 1981, a Ashoka já havia catalogado centenas de empreendedores o que possibilitou o primeiro “painel de seleção”. Foi eleito a partir desta data o primeiro fellow (empreendedor) da Ashoka, uma mulher chamada

Glória de Souza. Professora de escola elementar há 20 anos e com 45 anos na época, Glória tinha o sonho de transformar a educação na Índia. Glória em 1971, teve seu primeiro contato em uma oficina, com a educação experimental e ambiental, e o seu desejo era de transformar a educação de seu país, baseada em repetições e termos americanizados.

Decidiu levar seus alunos para fora da sala de aula para que conhecessem as plantas, pássaros e alterações climáticas, substituindo nos exemplos utilizados em aula, nomes americanos por nomes indianos. Explorou a democracia por meio de eleições escolares e foi acusada de usar seus alunos como cobaias. Depois de cinco anos conseguiu convencer a escola jesuíta que lecionava a adotar seus métodos.

Glória tinha um desafio maior ainda de levar este método a todas as escolas do sistema educacional público de Bombaim, mas para isso teria que parar de lecionar para se dedicar integralmente a esta missão. A Ashoka concedeu a Glória uma remuneração durante quatro anos, com um investimento total de 10 mil dólares. Em 1981, Glória fundou a organização Parisar Asha, que significa 'esperança para o meio ambiente' em sânscrito. Em 1985, Glória introduziu a educação ambiental em 1.700 escolas de Bombaim, como um programa-piloto. No fim da década de 80 do século passado, o governo indiano incorporou a disciplina ao currículo nacional, do primeiro ao terceiro grau.

Este um dos cases de sucesso de empreendedores apoiados pela Ashoka.

2.2 A Ashoka no mundo e no Brasil

De acordo com dados da organização (Ashoka, 2006) em 2006, a Ashoka somava 1.800 empreendedores sociais em sua rede, distribuídos em 63 países. Afirmavam ainda que desde o período de seleção, até a profissionalização, estes empreendedores receberam bolsas salário, cursos de capacitação para o desenvolvimento de suas respectivas organizações, consultoria em gestão

estratégica, planos de negócios para geral mudança social e sustentabilidade, entre outros. A missão da Ashoka é de “contribuir para a consolidação de um setor cidadão empreendedor, eficiente e globalmente integrado” (Ashoka, 2006).

Na Figura 1, pode-se observar alguns dos empreendedores sociais da Ashoka espalhados nos cinco continentes do planeta.

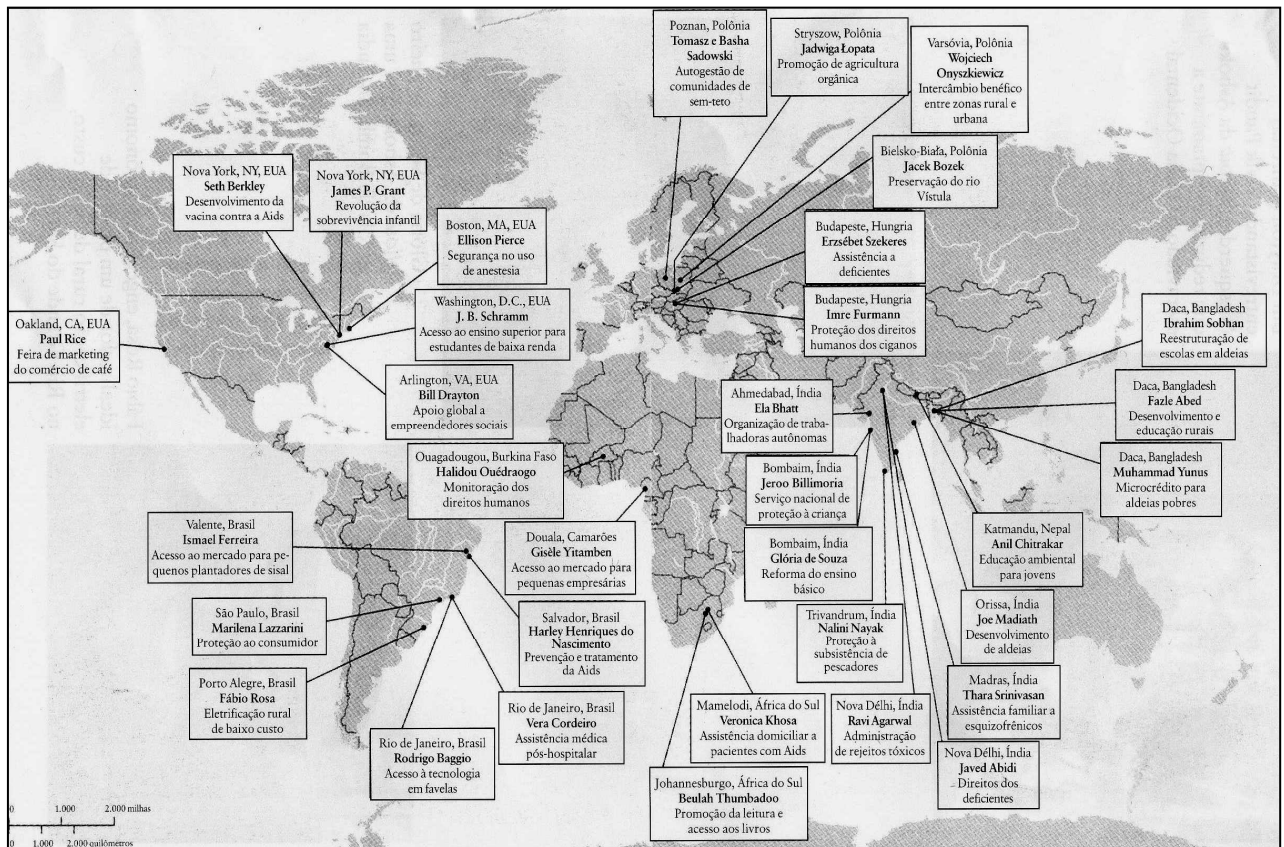


Figura 1: Mapa-mundi com a distribuição de alguns empreendedores da Ashoka Global

Fonte: Como mudar o mundo; David Bornstein; 2005.

A Ashoka acompanha por meio de relatórios semestrais, o impacto social e as realizações dos empreendedores sociais. De acordo com uma análise comparativa destes relatórios aplicados em 1998, 2000 e 2002, a organização chegou aos seguintes dados relacionados aos empreendedores sociais mantidos por ela:

- 94% - Continuaram comprometidos com a consolidação e difusão de suas idéias inovadoras.
- 93% - Demonstraram que os seus modelos são tão eficientes que foram replicados por outras organizações ou governos.
- 80% - Atribuíram a Ashoka um papel fundamental para o seu desenvolvimento.
- 75% - São considerados líderes nos seus campos de atuação social.
- 56% - Conseguiram gerar mudanças nas políticas públicas em esfera nacional.

(Relatório Anual Ashoka Brasil, 2006)

Na América Latina, a Ashoka possui em sua rede 615 empreendedores sociais em 13 países. A organização passou em 2006 a propor uma maior integração do continente e para isso preparou o I Encontro Latino-Americano de Empreendedores Sociais, que ocorreu no mês de agosto do mesmo ano, em Buenos Aires, Argentina. Sob o tema geral de Todo Mundo Pode Mudar o Mundo, o objetivo comum foi o de consolidar uma comunidade de empreendedores sociais sul-americana transformadora: uma Rede de Oportunidades. Os empreendedores puderam compartilhar as melhores práticas, histórias de vida, causas e saberes para a evolução positiva do continente. (Ashoka, 2006). Deste evento, surgiram as seis oportunidades estratégicas para a transformação social da América Latina:

1. Inclusão econômica
2. Protagonismo cidadão
3. Influência em políticas públicas
4. Uso sustentável de recursos naturais
5. Educação formal e não formal
6. Diversidade

(Relatório Anual Ashoka América Latina, 2006)

No Brasil, a Ashoka investe em empreendedores sociais desde a sua chegada ao país em 1986. De 1986 a 2006, a organização cresceu e se desenvolveu. Em 2006, sua rede era composta por 265 empreendedores sociais, que estão distribuídos na transformação das seguintes áreas: 77 em direitos humanos, 34 em desenvolvimento econômico, 48 em meio ambiente, 51 em educação, 27 em participação cidadã e 28 na área da saúde. Em relação a distribuição geográfica, atuam nas seguintes áreas do país:

Norte: 11 empreendedores sociais

Nordeste: 57 empreendedores sociais

Centro-Oeste: 16 empreendedores sociais

Sudeste: 154 empreendedores sociais

Sul: 26 empreendedores sociais

(Relatório Anual Ashoka América Latina, 2006)

A sede brasileira da Ashoka, também é responsável por 14 empreendedores sociais do Paraguai, unificando programas de seleção, integração, capacitação e comunicação entre os dois países.

A organização está estruturada desde 2003 como uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), o que lhe permite isenções fiscais para doações recebidas. Sendo uma organização sem fins lucrativos, é financiada por contribuições privadas e para que mantenha a transparência de seus resultados, passa por consultorias anualmente para averiguação de suas demonstrações financeiras.

Em 2006, de acordo com o Relatório Anual da Ashoka Brasil, do orçamento total de R\$ 1,3 milhão, 32% foi destinado a bolsas para empreendedores sociais e 22% na infra-estrutura do setor. O custo operacional da Ashoka Brasil consumiu 18% do orçamento, 8% com a rede de integração dos empreendedores sociais e 2% do orçamento foram destinados a investimentos. Os 18% restantes,

foram consumidos com a seleção e capacitação de novos empreendedores sociais, iniciativas globais, além dos custos com o encontro e integração da América Latina.

2.3 O processo de seleção de empreendedores e casos brasileiros

O rigoroso processo de seleção, parte da nomeação e/ ou inscrições pelo site da Ashoka na Internet. O candidato precisa ter um perfil empreendedor, demonstrar criatividade e fibra ética e deve apresentar uma idéia inovadora e de forte impacto social.

Para garantir a legitimidade do processo, a equipe de seleção da Ashoka consulta diferentes fontes do setor social, privado e público, com o objetivo de assegurar que o candidato possua as características necessárias para ingressar na rede da organização.

Em 2006, a organização cita em seu relatório, ter recebido mais de 300 propostas de candidatos, porém somente 18 foram aprovados no Brasil. Além deste, outros seis empreendedores sociais aprovados no ano anterior, passaram a pertencer formalmente a rede. Os novos selecionados passaram a receber uma bolsa-salário mensal com duração de três anos para colocar em prática suas idéias inovadoras de forma integral – além de ter acesso a treinamentos e fundos para colaborar com outros integrantes da rede. O candidato precisa ter um perfil empreendedor, demonstrar criatividade e fibra ética e deve apresentar uma idéia inovadora e de forte impacto social. Cerca de 40 empreendedores sociais selecionados nos últimos anos, contaram em 2006 com o apoio das organizações: Artemísia Internacional, Fundação Stichting Het Groene Woudt, Instituto Votorantin, Natura, pessoas físicas e doadores internacionais.

Ao ingressar na rede Ashoka, os novos empreendedores passam por um encontro para orientação em que são apresentados às atividades, à missão e à visão da Ashoka. Especificamente em 2006, a organização procurou estimular o ingresso de empreendedores sociais que atuassem nas áreas de direitos humanos, em especial projetos relacionados ao combate a violência especialmente entre

jovens das grandes comunidades; desenvolvimento econômico, com prioridade para elaboração de projetos para área de habitação e construção civil; e, integração latino-americana, visando uma integração de gêneros e raças.

Foram tabulados os 24 casos dos mais recentes integrantes da rede Ashoka. As informações descritas no Anexo 1, foram extraídas do Relatório Anual Ashoka Brasil, 2006, porém julgou-se adequado que a identidade dos empreendedores fossem preservadas, não sendo portanto apresentados o nome do empreendedor, somente o gênero, estado e informações da organização em que atuam. O contato com os projetos desenvolvidos pelos empreendedores mostra a seriedade do trabalho fomentado pela Ashoka e pode ampliar as percepções sobre o empreendedorismo social, daí a opção em incluir estes casos como parte anexa deste estudo.

CAPÍTULO 3

3. Metodologia

A pesquisa de natureza quantitativa e qualitativa foi realizada junto a empreendedores sociais ligados ou não a Ashoka, organização internacional sem fins lucrativos que fomenta o empreendedorismo social.

Inicialmente foi realizado um levantamento bibliográfico sobre os seguintes temas: terceiro setor, empreendedorismo e empreendedorismo social, relações de gênero e levantamento sobre uma organização fomentadora de empreendedorismo social, para que fosse possível construir uma metodologia adequada para chegar ao objetivo inicialmente proposto na pesquisa.

Para determinação dos participantes da pesquisa foi feita uma amostra não-probabilística, de caráter intencional, uma vez que não foi possível o acesso completo ao endereço eletrônico dos empreendedores sociais ligados a Ashoka para envio do questionário.

A pesquisa qualitativa utilizou como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado com 31 perguntas abertas e fechadas (Apêndice B). Os questionários foram enviados por meio de correio eletrônico a 120 empreendedores sociais, com uma carta de apresentação contendo os objetivos da pesquisa (Apêndice A). Os endereços eletrônicos foram obtidos através de pesquisas na internet às organizações dos empreendedores sociais ligados a Ashoka, cujo nome do projeto ou instituição estava descrito no site da Ashoka. Como alguns endereços eram da instituição e não do empreendedor, a mensagem foi enviada aos cuidados dos empreendedores responsáveis em cada uma destas. Alguns envios de questionário foram destinados aos e-mails pessoais de empreendedores, obtidos através de contato pessoal entre a pesquisadora e empreendedores, efetuado durante um evento da ASHOKA, realizado em 26/06/2007, no SESC Vila Mariana em SP.

Inicialmente foi estabelecido contato com a organização Ashoka, onde foi apresentado o objetivo e caráter científico da pesquisa e solicitada uma relação de endereços eletrônicos dos empreendedores ligados à organização. A

Ashoka respondeu que pela alta demanda de projetos e atividades do período não poderiam fornecer a relação de endereços dos empreendedores, pois teriam que atualizá-la antes de enviá-la. Disseram, porém, que poderiam contribuir com o envio de uma relação de telefones dos mesmos. Visto que 120 endereços eletrônicos de empreendedores ligados a Ashoka, já haviam sido identificados, optou-se por trabalhar com esta amostra, mesmo sem a garantia de que o questionário chegasse efetivamente ao conhecimento do empreendedor.

Alguns questionários foram enviados para o endereço de organizações ou institutos que podem possuir outros empreendedores atuando nas mesmas e que estes podem não estar necessariamente estão ligados a Ashoka. Uma parte dos questionários recebidos devidamente preenchidos era de empreendedores sociais não ligados a Ashoka. Como este universo representou um terço da amostra total, julgou-se interessante analisar estes e efetuar algumas análises comparativas entre os grupos.

Para que todas as hipóteses iniciais pudessem ser analisadas, o questionário foi construído em seis partes. A primeira parte buscou identificar através de sete questões, o perfil dos empreendedores (idade, gênero, escolaridade, renda, área de formação, área de atuação e se ligado ou não a Ashoka). A segunda parte, composta por três questões, teve o objetivo de levantar a participação do empreendedor no empreendedorismo privado e o empreendedorismo social. Já a terceira parte foi composta por duas questões dissertativas que buscaram uma palavra que remetesse ao empreendedor e definição de empreendedor social na visão dos integrantes da amostra. Outras quatro questões na quarta parte do questionário tinham a intenção de levantar a participação dos empreendedores sociais em atividades voluntárias. A quinta parte foi formada de quatro questões que buscavam detalhar a área de atuação do empreendedor social, outras áreas de interesse e motivações para a escolha da área. Por fim, a sexta parte foi composta por dez questões que buscaram tratar a questão do gênero, tema central deste estudo. O Quadro 4 detalha a distribuição das variáveis tratadas e as questões que compõe cada uma das partes.

Quadro 4: Variáveis da pesquisa

Seções	Variáveis	Questões
Primeira parte	Perfil dos empreendedores	1, 2, 3, 4, 5, 6, 31
Segunda parte	Participação do empreendedor no empreendedorismo privado e social	7, 8, 9
Terceira parte	Empreendedor em uma palavra e definição de empreendedor social	10, 11
Quarta parte	Participação dos empreendedores sociais em atividades voluntárias	12, 13, 14, 15
Quinta parte	Área de atuação do empreendedor social, outras áreas de interesse e motivações para a escolha da área	16, 17, 18, 19
Sexta parte	Empreendedor social e relações de gênero	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30

Fonte: elaborado pela autora

O questionário foi devidamente testado através do envio por correio eletrônico a quatro empreendedores, onde foi solicitado além das respostas, comentários e críticas sobre o mesmo. Após o retorno, foram realizadas algumas adequações. Porém durante a apuração dos resultados, após o recebimento das respostas, observou-se que a falta de delimitação de número de alternativas para algumas questões dificultou a análise das mesmas.

Quanto à pesquisa qualitativa, esta foi realizada através de uma breve entrevista estruturada, efetuada através de contato telefônico com três empreendedores sociais ligados a Ashoka. Para a entrevista, foi elaborado um roteiro com cinco questões (Apêndice C), com o intuito de tornar a conversa mais objetiva, visto que os empreendedores concederam a entrevista com a ressalva de que esta teria que ser breve, dado os inúmeros compromissos que tinham. Estes

empreendedores não responderam ao questionário. Este dado é relevante, já que o roteiro da entrevista foi elaborado após uma análise prévia dos resultados obtidos na aplicação do questionário. A entrevista teve o objetivo de ampliar a análise dos resultados obtidos.

Para análise dos dados quantitativos, utilizou-se o software estatístico SPSS 10.0 *for Windows* para tratamento das variáveis e o MS – Excel para a construção de gráficos e tabelas. No tratamento quantitativo dos dados, foram utilizadas as provas estatísticas necessárias para o aprofundamento da análise. As questões qualitativas foram analisadas através de correlação.

Além dos dados obtidos através da entrevista e questionário julgou-se interessante tabular alguns dados públicos sobre os empreendedores da Ashoka, obtidos através de consulta ao site da instituição efetuada em 2006. De acordo com a organização os empreendedores sociais da Ashoka (também chamados de fellows) são pessoas, com visão, experiência e talento que buscam soluções inovadoras para problemas sociais em grande escala nas áreas do meio ambiente, educação, direitos humanos, saúde, participação cidadã e desenvolvimento econômico.

No site da instituição, consultado em 2006, foram identificados 217 empreendedores sociais no Brasil. Este site apresenta o nome e a área de atuação de cada empreendedor social. Estes dados foram previamente tabulados para que algumas análises fossem realizadas. Observou-se através desta tabulação, que 56% destes eram do gênero masculino e 44% do gênero feminino. Embora este predomínio do gênero masculino sobre o feminino na atuação como empreendedor social da Ashoka, possa ser um indício sobre a predominância do gênero masculino na atuação como empreendedor social no Brasil, conforme apontou a pesquisa GEM Brasil (Sebrae, 2005), a presente pesquisa não analisará este ponto, visto as limitações da amostra. Pode-se observar a distribuição por gênero e área de atuação, a partir da Tabela 2.

Tabela 2: Distribuição de empreendedores sociais por gênero e área de atuação

Área de atuação dos empreendedores sociais da Ashoka (2006)	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Desenvolvimento Econômico	9	23	32
% item	28,1	71,9	100,0
% total	4,1	10,6	14,7
Educação	24	19	43
% item	55,8	44,2	100,0
% total	11,1	8,8	19,8
Participação Cidadã	5	8	13
% item	38,5	61,5	100,0
% total	2,3	3,7	6,0
Direitos Humanos	27	23	50
% item	54,0	46,0	100,0
% total	12,4	10,6	23,0
Meio Ambiente	10	31	41
% item	24,4	75,6	100,0
% total	4,6	14,3	18,9
Saúde	20	18	38
% item	52,6	47,4	100,0
% total	9,2	8,3	17,5
Total	95	122	217
% item	43,8	56,2	100,0
% total	43,8	56,2	100,0

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados obtidos pela internet (www.ashoka.com.br)

A tabela 2 foi elaborada a partir da análise dos dados dos empreendedores sociais da Ashoka, descrita no site da organização. Algumas análises podem ser efetuadas a partir do mesmo. Percebe-se uma concentração de empreendedores sociais do gênero masculino atuando em projetos de desenvolvimento econômico (72%), meio ambiente (72%) e participação cidadã (62%). Entre os empreendedores sociais do gênero feminino, observa-se uma participação superior a masculina nas áreas de educação (54%), educação (56%) e saúde (53%). Estes dados que representam o perfil dos empreendedores da Ashoka, serviram como premissa para algumas análises efetuadas posteriormente, comparando-os com os dados obtidos na presente pesquisa.

3.1 Perfil da amostra

A amostra total foi composta por 33 empreendedores sociais, sendo que 30 responderam ao questionário e 3 participaram das entrevistas. Inicialmente pretende-se detalhar o perfil dos empreendedores que participaram da pesquisa através da resposta ao questionário.

Dos 120 questionários enviados, foram recebidos no total 37 retornos, sendo: 30 respostas com o questionário devidamente preenchido, 2 respostas com o questionário incompleto impedindo a análise do mesmo, 4 respostas de empreendedores que agradeceram porém não poderiam participar da pesquisa por falta de tempo hábil para responder as questões e 1 recusa devidamente fundamentada pelo mal estar gerado em relação ao tema proposto na pesquisa. Portanto, o índice de retorno foi de 30,8% e o índice de questionários respondidos foi de 25%, em relação à amostra inicial. Será considerada a partir deste ponto a amostra real, ou seja, quando houver referência a amostra, esta será os 30 empreendedores sociais que efetivamente responderam o questionário.

Em relação à questão de gênero, a amostra foi homogênea, sendo formada por 50% de empreendedores sociais do gênero feminino e 50% de empreendedores sociais do gênero masculino. Quanto à faixa etária dos participantes, houve a participação de empreendedores de todas as faixas etárias mencionadas, com exceção de empreendedores do gênero feminino acima de 65 anos. No total, houve uma predominância de empreendedores sociais na faixa etária entre 26 e 35 anos, com a participação de 33% da amostra, conforme pode ser observado na Tabela 3.

Tabela 3 – Gênero do empreendedor social por faixa etária

Idade	Gênero				Total	%
	Feminino	%	Masculino	%		
Até 25 anos	1	2	2	4	3	10
26 a 35 anos	5	10	5	10	10	33
36 a 45 anos	3	6	3	6	6	20
46 a 55 anos	5	10	3	6	8	27
56 a 65 anos	1	2	1	2	2	7
Acima de 65 anos	-	-	1	2	1	3
TOTAL	15	50	15	50	30	100

Fonte: dados da pesquisa

Pode-se notar que a escolaridade da maioria dos integrantes da amostra era de no mínimo graduação em curso superior (87%). Quando a análise é efetuada observando a escolaridade por gênero, observa-se que 93% dos empreendedores sociais do gênero feminino possuem no mínimo curso superior completo, com apenas uma integrante da amostra (7%) com curso superior em andamento. Já entre os empreendedores sociais do gênero masculino, 80% possuem no mínimo curso superior completo, sendo que dois integrantes da amostra (13%) estão cursando curso superior e um integrante da amostra (7%) possui ensino médio completo. Como pode ser observado na Tabela 4, do total da amostra, 26% dos empreendedores sociais possuem Pós-graduação, sendo que 62,5 % são mulheres. Já entre os 20% do total da amostra que possuem Mestrado, Doutorado ou Pos doc, 67% são homens. Pode-se supor, dentro das limitações da amostra, que os empreendedores sociais do gênero feminino, possuem mais anos de estudo do que os do gênero masculino, uma tendência já evidenciada quando apresentado os números do IBGE-PNAD 2004, onde as mulheres são mais propensas a dar continuidade aos estudos do que os homens.

Tabela 4 – Gênero do empreendedor social por escolaridade

Escolaridade	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Ensino médio	0	1	1
% item	0,0	100,0	100,0
% total	0,0	3,3	3,3
Superior incompleto ou cursando	1	2	3
% item	33,3	66,7	100,0
% total	3,3	6,7	10,0
Superior completo	7	5	12
% item	58,3	41,7	100,0
% total	23,3	16,7	40,0
Pós-graduação	5	3	8
% item	62,5	37,5	100,0
% total	16,7	10,0	26,7
Mestrado/ Doutorado/ Pos doc	2	4	6
% item	33,3	66,7	100,0
% total	6,7	13,3	20,0
TOTAL	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Em relação à renda média mensal dos integrantes da amostra, observa-se que 43% dos empreendedores possuem renda média mensal de 5 a 10 salários mínimos, seguido por 33% dos empreendedores que possuem renda média mensal de 10 a 20 salários mínimos, como pode ser observado na Tabela 5. Observou-se apenas um caso de empreendedor social do gênero feminino, com renda média mensal de até 1 salário mínimo e outro caso no mesmo gênero que afirmava não possuir renda. Vale ressaltar que 67% das mulheres da amostra, possuem renda de até R\$ 3.500,00, contra 47% dos homens. Já entre os que ganham de R\$ 3.500,00 a R\$ 7.000, os homens são maioria com 60% de representação no gênero e as mulheres apresentam 40% de participação nesta faixa de renda em seu grupo.

Tabela 5 – Gênero do empreendedor social por renda individual (média mensal)

Renda individual (média mensal)	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Até 1 salário mínimo ou R\$ 350,00	1	0	1
% item	100,0	0,0	100,0
% total	3,3	0,0	3,3
De 3 a 5 salários mínimos ou de R\$ 701,00 a R\$ 1.750,00	2	1	3
% item	66,7	33,3	100,0
% total	6,7	3,3	10,0
De 5 a 10 salários mínimos ou de R\$ 1.751,00 a R\$ 3.500,00	7	6	13
% item	53,8	46,2	100,0
% total	23,3	20,0	43,3
De 10 a 20 salários mínimos ou de R\$ 3.501,00 a R\$ 7.000,00	4	6	10
% item	40,0	60,0	100,0
% total	13,3	20,0	33,3
Mais de 20 salários mínimos ou mais de R\$ 7.000,00		2	2
% item	0,0	100,0	100,0
% total	0,0	6,7	6,7
Nenhuma renda	1		1
% item	100,0	0,0	100,0
% total	3,3	0,0	3,3
TOTAL	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Se traçarmos uma relação entre a escolaridade e a renda, observamos que embora tenhamos um equilíbrio em relação aos empreendedores sociais com no mínimo Pós-graduação, 50% para cada gênero, isso não ocorre em relação a renda superior a R\$ 3.500,00, onde 67% dos empreendedores são do gênero masculino e 33% do gênero feminino. Mesmo diante das limitações da amostra, pode-se indagar, assim como apontam outras pesquisas sobre as diferenças da renda em cada gênero, como, por exemplo, e pesquisa do IBGE-PNAD (IBGE, 2004) que demonstra um rendimento duas vezes maior entre os homens nesta faixa salarial, se este mesmo cenário de desequilíbrio entre renda de acordo com o gênero também ocorre com os empreendedores sociais.

Como a área de formação foi descrita pelo empreendedor em uma questão aberta, a maioria não restringiu-se em citar a área, mas detalhou o curso de formação, daí uma variedade considerável de respostas. Pode ser observado na Tabela 6, que 23% dos participantes possuem formação em Administração de

Empresas, 10% em engenharias, entre as quais engenharia elétrica, florestal e de alimentos, e 10% possuem formação na área de psicologia. Em relação ao gênero, os homens predominaram na administração (13%) e agronomia (7%) e as mulheres também em administração (10%), engenharias (7%), psicologia (7%) e saúde (7%).

Tabela 6 – Gênero do empreendedor social por área de formação

Área de Formação	Gênero				Total	% total
	Feminino	% total	Masculino	% total		
Administração de Empresas	3	10,0	4	13,3	7	23,3
Administração Pública	-	-	1	3,3	1	3,3
Agronomia	-	-	2	6,7	2	6,7
Comunicação Social	1	3,3	1	3,3	2	6,7
Direito	1	3,3	1	3,3	2	6,7
Educação	1	3,3	1	3,3	2	6,7
Engenharias	2	6,7	1	3,3	3	10,0
Filosofia	-	-	1	3,3	1	3,3
Medicina	-	-	1	3,3	1	3,3
Pedagogia	-	-	1	3,3	1	3,3
Psicologia	2	6,7	1	3,3	3	10,0
Saúde	2	6,7	-	-	2	6,7
Serviço Social	1	3,3	-	-	1	3,3
Sociologia	1	3,3	-	-	1	3,3
Teologia	1	3,3	-	-	1	3,3
TOTAL	15	50,0	15	50,0	30	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Quanto à área de atuação, também foi questionada na forma de questão aberta, resultando também em uma variedade de respostas, algumas com maior amplitude como área social (10%) e outras mais específicas como direitos humanos dos povos indígenas (3%) e arte-educação (3%), conforme apresentado na Tabela 7.

Tabela 7 – Gênero do empreendedor social por área de atuação

Área de Atuação	Gênero				Total	% total
	Feminino	% total	Masculino	% total		
Administração	-	-	1	3,3	1	3,3
Área Social	2	6,7	1	3,3	3	10,0
Arte-educação	-	-	1	3,3	1	3,3
Assistência Social	1	3,3	-	-	1	3,3
Comunicação Popular	1	3,3	-	-	1	3,3
Consultor em Políticas Públicas	-	-	1	3,3	1	3,3
Desenvolvimento Social	-	-	1	3,3	1	3,3
Direitos Humanos dos povos indígenas	1	3,3	-	-	1	3,3
Direitos Humanos e educação	-	-	1	3,3	1	3,3
Educação	-	-	1	3,3	1	3,3
Educação, cultura e saúde	-	-	1	3,3	1	3,3
Empreendedorismo	1	3,3	1	3,3	2	6,7
Gênero, Mulheres, Direito	1	3,3	-	-	1	3,3
Geração de trabalho e renda	2	6,7	1	3,3	3	10,0
Meio Ambiente	1	3,3	2	6,7	3	10,0
ONG Agroecologista	-	-	1	3,3	1	3,3
Recursos Humanos	-	-	1	3,3	1	3,3
Responsabilidade Social	-	-	1	3,3	1	3,3
Terceira Idade	2	6,7	-	-	2	6,7
Terceiro Setor	2	6,7	-	-	2	6,7
Turismo de base comunitária	1	3,3	-	-	1	3,3
TOTAL	15	50,0	15	50,0	30	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Outro dado relevante é a distribuição da amostra em relação aos empreendedores sociais ligados ou não a Ashoka. Dos 30 empreendedores, 20 (67%) são ligados a Ashoka e 10 (33%) não são. Como pode ser observado na Tabela 8, entre os empreendedores sociais do gênero feminino, 73% estão ligados a Ashoka e 27% não estão, e entre os empreendedores sociais do gênero masculino, 60% estão ligados a Ashoka e 40% não estão. Se analisado somente o universo dos empreendedores da amostra ligados a Ashoka, 55% são do gênero feminino e 45% do gênero masculino. Entre os empreendedores que não são ligados a Ashoka, 40% são do gênero feminino e 60% são do gênero masculino.

Tabela 8 – Empreendedor social ligado ou não a Ashoka por gênero

Gênero	Empreendedor ligado a Ashoka?		
	Sim	Não	Total
Feminino	11	4	15
% item	73,3	26,7	100,0
% total	36,7	13,3	50,0
Masculino	9	6	15
% item	60,0	40,0	100,0
% total	30,0	20,0	50,0
Total	20	10	30
% item	66,7	33,3	100,0
% total	66,7	33,3	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Em relação ao perfil dos participantes que fizeram parte da amostra para a pesquisa qualitativa, este é detalhado no quadro 5. Os entrevistados tiveram sua identidade preservada e no decorrer da análise caso seja necessário referenciar algum deles, será também utilizada a identificação conforme descrito no quadro.

Quadro 5: Perfil dos entrevistados

Identificação	Idade	Gênero	Formação	Área de atuação
Entrevistado 1 (E1)	41 anos	Feminino	Psicologia	Inclusão econômica, saúde, habitação.
Entrevistado 2 (E2)	37 anos	Masculino	Administração de Empresas	Educação e capacitação de jovens.
Entrevistado 3 (E3)	31 anos	Feminino	Administração de Empresas	Turismo, desenvolvimento social.

Fonte: dados da pesquisa

Este tópico teve o objetivo de ilustrar as principais características das amostras da pesquisa quantitativa e qualitativa, em especial em relação ao perfil do empreendedor social que participou deste estudo. As demais análises, mais

específicas e diretamente relacionadas aos objetivos deste estudo, serão apresentadas no próximo capítulo.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo tem o objetivo de aprofundar a discussão dos resultados obtidos na pesquisa, através da apresentação dos dados quantitativos e qualitativos, comparando-os sempre que possível com informações relevantes que fizeram parte da revisão bibliográfica do presente estudo.

Para que esta análise se faça de forma organizada, serão analisados os resultados conforme as partes constituintes do questionário, com exceção da primeira parte, já detalhada no perfil da amostra, podendo ser algum dado, por ventura, resgatado para enriquecer a discussão.

Buscou-se identificar se os empreendedores sociais atuavam no empreendedorismo privado. Porém a questão foi colocada de forma a tratar o empreendedor que visa o desenvolvimento individual, coletivo ou ambos. Conforme apresentado na Tabela 9, 60% dos empreendedores atuam profissionalmente como empreendedores sociais, visando o desenvolvimento coletivo. Destes, 67% são do gênero feminino e 33% do gênero masculino. Dos que atuam profissionalmente nas duas atividades, individual e coletiva, 30% do total da amostra, 67% são empreendedores do gênero masculino e 33% do gênero feminino, uma situação inversa à análise anterior. Já os que visam o desenvolvimento individual, houve duas respostas masculinas, que representaram 7% da amostra. Uma resposta também masculina (3%) afirmou exercer outra atividade não relacionada ao empreendedorismo, conforme exposto na Tabela 9.

Tabela 9 – Gênero do empreendedor social por forma de atuação profissional do empreendedor

Atua profissionalmente como:	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Empreendedor, visando desenvolvimento individual	0	2	2
% item	0,0	100,0	100,0
% total	0,0	6,7	6,7
Empreendedor social, visando desenvolvimento coletivo	12	6	18
% item	66,7	33,3	100,0
% total	40,0	20,0	60,0
Tenho as duas atividades	3	6	9
% item	33,3	66,7	100,0
% total	10,0	20,0	30,0
Outra atividade não relacionada ao empreendedorismo		1	1
% item	0,0	100,0	100,0
% total	0,0	3,3	3,3
TOTAL	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Nesta primeira análise é possível perceber que, nesta amostragem, os homens apresentaram uma atuação mais diversificada enquanto as mulheres se concentraram mais na atuação como empreendedoras no âmbito social.

Quando questionados sobre criação de negócios ligados ao empreendedorismo privado, 70% da amostra afirmaram não ter participado de empreendimentos comerciais como sócios ou proprietários e 30% afirmaram já ter constituído um negócio de finalidade privada. Destes que responderam afirmativamente, 56% são do gênero feminino e 44% do gênero masculino. Dos que responderam não ter criado empreendimentos comerciais, 52% são do gênero masculino e 48% do gênero feminino, conforme dados apresentados na Tabela 10. Interessante esta predominância de atuação feminina como sócias ou proprietárias de empreendimentos comerciais antes da atuação como empreendedoras sociais.

Tabela 10 – Gênero do empreendedor social por casos de proprietários/ sócios ou não de empreendimentos comerciais

Foi proprietário/ sócio de um negócio próprio de fim comercial antes de se tornar empreendedor social?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Sim	5	4	9
% item	55,6	44,4	100,0
% total	16,7	13,3	30,0
Não	10	11	21
% item	47,6	52,4	100,0
% total	33,3	36,7	70,0
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

A diversificação na atuação profissional dos empreendedores do gênero masculino pode ser percebida também em relação ao fator de remuneração destes empreendedores. Isso porque enquanto 47% das mulheres afirmam exercer de forma remunerada a atividade de empreendedora social contra 20% da amostra masculina, 34% dos homens mesclam trabalho remunerado com voluntário, opção de 13% da amostra feminina. Um dado interessante é que 40% dos participantes, dados homogêneos entre os gêneros, afirmam atuar como empreendedor social de forma voluntária, conforme Tabela 11. Este é um dado muito significativo, pois através dele podemos supor que o que move o empreendedor social, é outra necessidade não necessariamente relacionadas com questões materiais, já que aparentemente estas se encontram supridas, visto o nível de renda mensal dos empreendedores da amostra.

Tabela 11 – Gênero do empreendedor social por forma de atuação quanto à remuneração ou não pela atividade

Como empreendedor social você:	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Atua de forma voluntária	6	6	12
% item	50,0	50,0	100,0
% total	20,0	20,0	40,0
É remunerado pela atividade	7	3	10
% item	70,0	30,0	100,0
% total	23,3	10,0	33,3
Mescla trabalho remunerado com voluntário	2	5	7
% item	28,6	71,4	100,0
% total	6,7	16,7	23,3
Outro	0	1	1
% item	0,0	100,0	100,0
% total	0,0	3,3	3,3
TOTAL	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Os empreendedores foram questionados sobre o tempo de atuação como empreendedores e o tempo de atuação como empreendedores sociais. O Gráfico 5 ilustra este tempo por empreendedor e forma de atuação. Observou-se que alguns empreendedores, embora tenham afirmado que não foram sócios ou proprietários de um negócio próprio, afirmaram exercer atividade empreendedora há alguns ou muitos anos. Estas respostas podem demonstrar que a atividade empreendedora para o empreendedor, vai além da concepção de uma empresa ou mesmo um negócio social, mas pode ser uma atitude que o leva ao desenvolvimento de atividades que contribuam para seu crescimento pessoal e profissional.

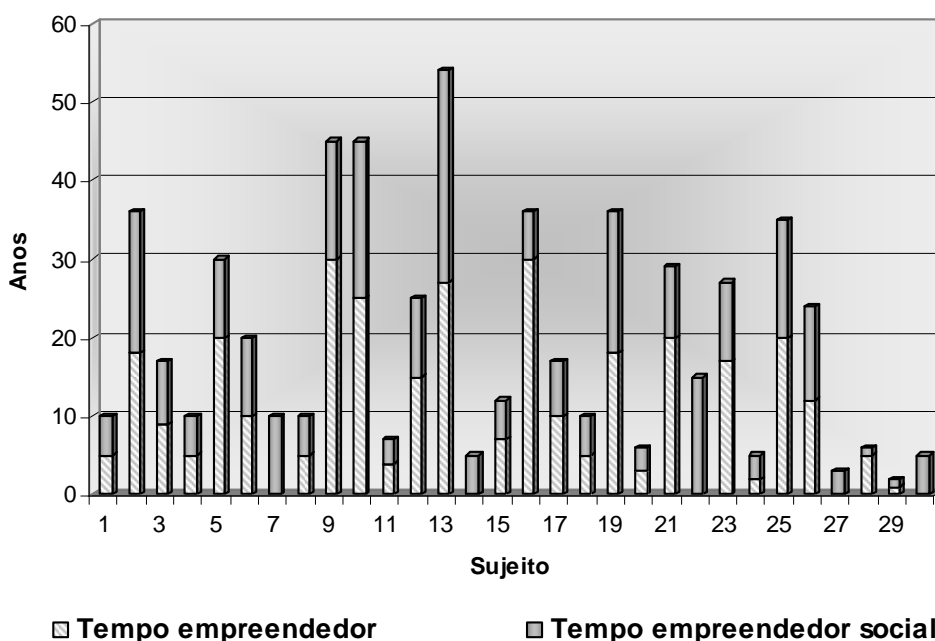


Gráfico 5: Tempo de atuação como empreendedor e empreendedor social

Fonte: Dados da pesquisa

Com o objetivo de buscar a percepção do empreendedor sobre este conceito, foi solicitado que estes expressassem a primeira palavra que imediatamente relacionavam com a figura do empreendedor. A Tabela 12 apresenta a diversidade de palavras, algumas sendo citadas por mais de um empreendedor, como “coragem” e “desafio” que foram as palavras citadas duas vezes cada uma na amostra do gênero feminino, e as palavras “mudança” e “problema”, citadas duas vezes cada uma, por diferentes empreendedores do gênero masculino. As palavras mais citadas na amostra independente do gênero dos sujeitos foram “realizar” e “transformação”.

Tabela 12 – Gênero do empreendedor social por palavras que remetem ao empreendedorismo

Quando pensa em empreendedor, qual a primeira palavra que lhe vem em mente?	Gênero					
	Feminino	% Total	Masculino	% Total	Total	% Total
Ashoka	-	-	1	3,3	1	3,3
Bem	1	3,3	1	3,3	2	6,7
Compromisso	1	3,3	-	-	1	3,3
Consciência	-	-	1	3,3	1	3,3
Cooperação	-	-	1	3,3	1	3,3
Coragem	2	6,7	-	-	2	6,7
Dedicação	-	-	1	3,3	1	3,3
Desafio	2	6,7	-	-	2	6,7
Fazer	1	3,3	-	-	1	3,3
Inclusão	1	3,3	-	-	1	3,3
Investimento	1	3,3	-	-	1	3,3
Liderança	1	3,3	-	-	1	3,3
Mudança	-	-	2	6,7	2	6,7
Organizador	-	-	1	3,3	1	3,3
Problema	-	-	2	6,7	2	6,7
Realizar	1	3,3	2	6,7	3	10,0
Respeito	1	3,3	-	-	1	3,3
Sustentabilidade	1	3,3	-	-	1	3,3
Trabalho	-	-	1	3,3	1	3,3
Transformação	2	6,7	2	6,7	3	10,0
TOTAL	15	50,0	15	50,0	30	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Interessante analisar que, algumas palavras que imediatamente remeteram os participantes ao empreendedorismo, apareceram por diversas vezes, quando foi solicitado em uma questão aberta, que estes definissem empreendedor social. Foram copiados trechos das respostas de cada participante a fim de enriquecer este estudo com a definição a partir da visão do próprio empreendedor. O Quadro 6 apresenta os trechos desta definição de empreendedor social segundo o gênero dos participantes.

Quadro 6: Trechos da definição de empreendedor social por gênero

Gênero	Definição de empreendedor
Feminino	<p>Agente <i>transformador</i> da sociedade.</p> <p>Utiliza recursos e estratégias empreendedoras para atingir fins de <i>bem</i> comum.</p> <p>Criador de alternativas, alavancando ações, despertando talentos e catalisando a <i>mudança</i>.</p> <p>Provoca e inspira <i>mudanças</i> nas relações sociais.</p> <p>Pessoa comprometida com a <i>transformação</i> social</p> <p>Provoca <i>mudanças</i> na sociedade de forma organizada, coletiva e eficaz, visando o <i>bem</i> comum.</p> <p>Empreendedor social é um indivíduo (com grande potencial criador e <i>realizador</i>) que mobiliza pessoas, recursos e ações para atingir um objetivo social e inspirado por uma paixão, por um ideal de poder contribuir e <i>transformar</i> uma situação.</p> <p>Uma pessoa inquieta que busca respostas, soluções e razões para <i>transformar</i> o que não funciona.</p> <p>Difundir e praticar os direitos humanos</p> <p>Pensa e age com foco na resolução de algum <i>problema</i> social.</p> <p>Uma pessoa pró-ativa e com visão estratégica que constrói um empreendimento social inovador para solucionar <i>problemas</i> complexos.</p> <p>Pessoa que investe seu <i>trabalho</i> para o <i>bem</i> da sociedade.</p> <p>É um "cabra teimoso" que não se conforma com as coisas do jeito que estão e mesmo sendo taxado de louco e ouvindo diversos "não", segue adiante.</p> <p>Alguém que acredita na construção de um mundo melhor, e contribui efetivamente para essa construção.</p> <p>Aquele que implementa ações de geração de renda e qualidade de vida com fins sociais e não de interesse particular.</p>
Masculino	<p>Atuam em áreas onde as instituições públicas custam a chegar ou são ineficientes.</p> <p>Agente de <i>transformação</i> social.</p> <p>Utiliza sua criatividade, recursos e valores para melhorias a comunidade e conseqüentemente sua própria qualidade de vida.</p> <p>Agente de <i>transformação</i> do ter para o ser.</p> <p>Sujeito que procura soluções para <i>problemas</i> sociais.</p> <p>Pessoa que aplica sua força, talento e saberes para <i>transformar</i> uma situação que considera ruim, mas o faz através de estratégias, parcerias, processos e inspiração.</p> <p>Indivíduo dedicado à construção coletiva em torno de interesses difusos.</p> <p>Aquele que cria modelos inovadores para a solução de algum <i>problema</i> social ou ambiental, especialmente ligado às populações menos favorecidas.</p> <p>Pessoa que investe seu esforço, saber, emoção e amor, utilizando técnicas administrativas para agir de forma eficiente e eficaz em prol do <i>bem</i> ao próximo.</p> <p>Experimenta novas idéias para a solução de velhos <i>problemas</i>.</p> <p>Uma pessoa colaborativa por natureza que identifica um <i>problema</i> social e dedica-se a propor e implantar soluções inovadoras.</p> <p>Através de um conjunto de ações, gera oportunidades.</p> <p>Busca <i>transformar</i> uma idéia em uma realidade que possa ser replicada, gerando resultados individuais e coletivos.</p> <p>Agente de <i>transformação</i> e criação de atividades geradoras de valores socioeconômicos dentro de uma comunidade.</p> <p>Busca desenvolver e implementar programas sociais para o crescimento coletivo.</p>

Fonte: dados da pesquisa

Analisando a participação do empreendedor social em trabalhos voluntários, constatou-se que 73% da amostra participa de trabalhos voluntários e 23% da amostra não participa atualmente, apesar de já terem atuado como voluntários. Apenas um empreendedor do gênero feminino afirmou nunca ter participado de trabalhos voluntários, conforme pode ser observado na Tabela 13. Foram citados pelos empreendedores diversas ONG's, fundações e projetos que estes participam ou participaram como voluntários, porém estas informações não serão destacadas visto que não fazem parte do objetivo desta pesquisa.

Tabela 13 – Gênero do empreendedor social por participação ou não em trabalhos voluntários

Já participou ou participa de alguma forma de trabalho voluntário?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Sim, participo atualmente	11	11	22
% item	50,0	50,0	100,0
% total	36,7	36,7	73,3
Não, mas já participei	3	4	7
% item	42,9	57,1	100,0
% total	10,0	13,3	23,3
Não, nunca participei	1	0	1
% item	100,0	0,0	100,0
% total	3,3	0,0	3,3
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Este resultado mostra que existe alguma relação entre o voluntariado e o empreendedorismo social. Com base nos dados, é possível supor que a maioria dos empreendedores sociais atua como voluntário, porém não se pode afirmar que a maioria dos voluntários sejam empreendedores sociais, pois embora os voluntários possam colaborar para o bem social, estes não necessariamente estão atuando como empreendedores, no sentido da busca de soluções ou inovações para atuar em problemas sociais. Conforme citado por Cardoso e Mañas (2000, p. 42) o trabalho voluntário desperta o espírito empreendedor, o que ficou evidenciado na análise dos dados.

Procurou-se também, aprofundar-se sobre a percepção dos empreendedores em relação ao gênero predominante no trabalho voluntário. Conforme exposto na Tabela 14, 70% da amostra afirmou que há predominância do gênero feminino no trabalho voluntário. Fazendo um recorte das opiniões segundo o gênero, nota-se que, dos que afirmaram haver predominância feminina na atuação voluntária, 57% são mulheres e 43% são homens. Em relação aos 27% dos participantes que afirmaram não haver predominância entre gêneros no trabalho voluntário, 63% são do gênero masculino e 37% do gênero feminino. Um representante da amostra masculina afirmou que há predominância do gênero masculino no trabalho social.

Tabela 14 – Gênero do empreendedor social por gênero que considera predominante no trabalho voluntário

Em relação aos voluntários, há predominância do gênero:	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Masculino	-	1	1
% item	-	100,0	100,0
% total	-	3,3	3,3
Feminino	12	9	21
% item	57,1	42,9	100,0
% total	40,0	30,0	70,0
Não há predominância de um gênero em relação a outro	3	5	8
% item	37,5	62,5	100,0
% total	10,0	16,7	26,7
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

A partir daqui é possível notar uma diferença na percepção masculina e feminina, em relação ao predomínio ou não de certo gênero no trabalho voluntário. A percepção de alguns homens sobre a não predominância de um gênero em relação ao outro talvez esteja relacionada com o fato da maioria deles atuar como voluntários. Vale ressaltar a pesquisa da organização Parceiros Voluntários, efetuada em 2006, sobre o perfil dos voluntários em relação ao gênero, que apontava a predominância de 69% voluntários do gênero feminino e 31% de voluntários do gênero masculino. O resultado da percepção da amostra deste estudo

foi muito equilibrado em relação ao resultado da pesquisa anterior, o que demonstra que a percepção da amostra e o dado estatístico estão bem alinhados.

Ainda tratando a percepção da amostra em relação ao trabalho voluntário, analisou-se o resultado a partir da percepção dos empreendedores sociais ligados ou não a Ashoka. Conforme a Tabela 15, dos que acreditam na predominância feminina no trabalho voluntário, 62% estão ligados a Ashoka e 38% não estão. Dentre os que afirmaram que não há predominância entre os gêneros, 87% estão ligados a Ashoka e 13% não estão. O participante que afirmou que há predominância na atuação do gênero masculino no voluntariado, não era ligado a Ashoka. Se analisarmos, porém, somente os empreendedores sociais ligados a Ashoka, são observados que 35% acreditam que não há predominância entre gêneros e 65% acreditam que há predominância do gênero feminino. Quanto aos não ligados a Ashoka, 80% deles acreditam que há predominância das mulheres na atuação como voluntárias.

Tabela 15 – Empreendedor social ligado ou não a Ashoka por gênero que considera predominante no trabalho voluntário

Em relação aos voluntários, há predominância do gênero:	Empreendedor ligado a Ashoka?		
	Sim	Não	Total
Masculino	-	1	1
% item	-	100,0	100,0
% total	-	3,3	3,3
Feminino	13	8	21
% item	61,9	38,1	100,0
% total	43,3	26,7	70,0
Não há predominância de um gênero em relação a outro	7	1	8
% item	87,5	12,5	100,0
% total	23,3	3,3	26,7
Total	20	10	30
% item	66,7	33,3	100,0
% total	66,7	33,3	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Vale aqui levantar a percepção dos entrevistados sobre a predominância do gênero feminino no trabalho voluntário. Nos depoimentos, houve a

percepção de que as mulheres empreendedoras (E1 e E3) sentiram certo desconforto em aceitar esta predominância.

Acredito que não é uma verdade absoluta, o papel da mulher por muitos anos foi o de cuidadora e o do homem de provedor, por isso essa associação. Acredito que não é uma questão de gênero, mas de expectativa de vida, de visão de mundo de cada um. Existem fantásticos voluntários homens e hoje cada vez mais as empreendedoras sócias e de negócios de destaque são mulheres. (E1).

Sou da área de empreendedorismo social em desenvolvimento econômico e tenho certeza que as mulheres tem total capacidade para se destacarem nessa área. (E3)

Já no depoimento do empreendedor do gênero masculino, houve uma concordância com este predomínio do gênero feminino na atuação voluntária, inclusive com uma explicação para esta predominância.

*Acredito serem compreensíveis estes resultados. **Mulheres têm uma facilidade maior para o trabalho voluntário**, acredito em função de terem um **perfil com maior sensibilidade para problemas sociais e uma maior capacidade de doação de tempo e atenção**, principalmente na área da saúde, onde atuo diretamente. (E2)*

O posicionamento dos entrevistados faz sentido quando resgatamos Fisher e Falconer (2001) que afirmam que durante anos o trabalho voluntário foi de exclusividade feminina, pela ligação desta atividade com a religião e a maternidade. Domenegueti (2001) também ressalta que as mulheres possuem maior dedicação amorosa, doação e compreensão, daí a predominância das mesmas em trabalhos voluntários.

Uma das hipóteses desta pesquisa era de que não havia uma relação entre a área de atuação do empreendedor e o gênero do mesmo. A partir deste ponto, pretende-se aprofundar esta discussão a partir da análise dos dados levantados, e confirmar ou não tal hipótese.

A questão de múltipla escolha elaborada para identificar a área de atuação do empreendedor social, não restringiu o número de respostas, embora fora questionada a área e não as áreas de atuação, pois esperava-se que os empreendedores estivessem concentrados em uma área específica de atuação, em especial os empreendedores ligados a Ashoka. Como a organização divide os empreendedores por área de atuação, portanto esperava-se que os empreendedores assinalassem a área principal. Porém, todos os participantes citaram no mínimo duas áreas de atuação, daí as 63 respostas à questão.

Analisando a participação distribuída dos empreendedores por área de atuação, identificou-se uma participação homogênea entre as áreas, com exceção da área de saúde que teve uma participação de apenas 6% dos empreendedores da amostra. Quando analisada a atuação por área em cada gênero, percebe-se na amostra uma maior atuação masculina nas áreas de educação (58%) e meio ambiente (60%) e da atuação feminina na área de saúde (75%), conforme Tabela 16. Houve uma participante que ressaltou atuar também em outra área, citando a área da Cultura.

Tabela 16 – Gênero do empreendedor social por área de desenvolvimento de ações empreendedoras

Qual a área em que desenvolve ações como empreendedor social?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Desenvolvimento Econômico	6	6	12
% item	50,0	50,0	100,0
% total	9,5	9,5	19,0
Educação	5	7	12
% item	41,7	58,3	100,0
% total	7,9	11,1	19,0
Participação Cidadã	6	6	12
% item	50,0	50,0	100,0
% total	9,5	9,5	19,0
Direitos Humanos	6	6	12
% item	50,0	50,0	100,0
% total	9,5	9,5	19,0
Meio Ambiente	4	6	10
% item	40,0	60,0	100,0
% total	6,3	9,5	15,9
Saúde	3	1	4
% item	75,0	25,0	100,0
% total	4,8	1,6	6,3
Outra	1	-	1
% item	100,0	-	100,0
% total	1,6	-	1,6
Total	31	32	63
% item	49,2	50,8	100,0
% total	49,2	50,8	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Quando questionados sobre os motivos que os fizeram optar pela área de atuação, a maioria dos participantes (27%) afirmou ter uma afinidade pessoal com a área, sendo que destes 62% são do gênero feminino e 38% do gênero masculino. Entre os que foram motivados pela preocupação com um grupo social específico (17%), 60% são mulheres e 40% são homens. Já os 13% que optaram pela área por esta ter relação com a área de formação acadêmica ou profissional e os 10% que optaram por questões interiores ou emocionais, todos são do gênero masculino, conforme observado na Tabela 17. Uma parcela significativa da amostra (20%) não encontrou nas opções de múltipla escolha o fator de motivação para escolha da área. Entre as mulheres que citaram outros motivos,

destaca-se a militância política, mobilização social, consciência sobre situação de desigualdade em determinado grupo e crença em um determinado projeto. Entre os homens, os outros motivos foram à opção de vida e a consciência sobre o impacto social necessário.

Tabela 17 – Gênero do empreendedor social por motivo que o levou a optar por determinada área

O que o levou a optar por esta área?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Afinidade pessoal	5	3	8
% item	62,5	37,5	100,0
% total	16,7	10,0	26,7
Desafio profissional	1	-	1
% item	100,0	-	100,0
% total	3,3	-	3,3
Relacionada à formação acadêmica/ profissional	-	4	4
% item	-	100,0	100,0
% total	-	13,3	13,3
Preocupação com um grupo social específico	3	2	5
% item	60,0	40,0	100,0
% total	10,0	6,7	16,7
Falta de respaldo do estado para a área	2	1	3
% item	66,7	33,3	100,0
Relacionada a questões interiores/ emocionais	-	3	3
% item	-	100,0	100,0
% total	-	10,0	10,0
Outro motivo	4	2	6
% item	66,7	33,3	100,0
% total	13,3	6,7	20,0
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Ainda em relação à área de atuação, a pesquisa procurou identificar se algum dos participantes gostaria de atuar em outra área. Conforme pode ser observado na Tabela 18, 50% dos participantes afirmaram ter interesse em atuar em outra área, com uma pequena predominância do gênero masculino (53%) em relação ao gênero feminino (47%).

Tabela 18 – Gênero do empreendedor social por motivação ou não para atuar em outra área

Gostaria de atuar em outra área?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Sim	7	8	15
% item	46,7	53,3	100,0
% total	23,3	26,7	50,0
Não	8	7	15
% item	53,3	46,7	100,0
% total	26,7	23,3	50,0
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Quanto aos participantes que gostariam de atuar em outra área, foram questionados em qual área gostaria de desenvolver atividades como empreendedores sociais. Houve uma participação de 26% na opção pela área do meio ambiente, sendo que dos que fizeram esta opção, 75% são empreendedores do gênero feminino. A segunda área citada foi a de desenvolvimento econômico (20%), com predominância do gênero masculino (67%), conforme dados da Tabela 19. A área de direitos humanos foi citada por uma empreendedora e a área de participação cidadã seria a opção de atuação de um empreendedor do gênero masculino. Dentre os que citaram outras áreas não elencadas, nota-se as áreas de cultura, esportes e habitação citadas pelos homens e as áreas de educação específica e desenvolvimento comunitário, citadas pelas mulheres.

Tabela 19 – Gênero do empreendedor social por áreas que gostaria de atuar

Qual a outra área que gostaria de atuar?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Desenvolvimento Econômico	1	2	3
% item	33,3	66,7	100,0
% total	6,7	13,3	20,0
Educação	-	2	2
% item	-	100,0	100,0
% total	-	13,3	13,3
Participação Cidadã	-	1	1
% item	-	100,0	100,0
% total	-	6,7	6,7
Direitos Humanos	1	-	1
% item	100,0	-	100,0
% total	6,7	-	6,7
Meio Ambiente	3	1	4
% item	75,0	25,0	100,0
% total	20,0	-	26,7
Saúde	-	-	-
% item	-	-	-
% total	-	-	-
Outra	2	2	4
% item	50,0	50,0	100,0
% total	13,3	13,3	26,7
Total	7	8	15
% item	46,7	53,3	100,0
% total	46,7	53,3	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Com a intenção de analisar a percepção da amostra sobre a predominância de certo gênero em determinada área, foi elaborada uma questão para tratar esta situação e na Tabela 20 pode-se observar a percepção por gênero sobre a predominância da atuação masculina ou feminina em determinadas áreas. Interessante analisar a homogeneidade das percepções entre os gêneros sobre a predominância das mulheres nas áreas de educação e saúde, e dos homens na área de desenvolvimento econômico. Na percepção dos empreendedores do gênero feminino, as mulheres predominam na área de participação cidadã (83%) e na área de direitos humanos (75%). Já na visão dos empreendedores do gênero masculino, não há um predomínio significativo de um gênero na área de participação cidadã e

na área de direitos humanos os homens consideram existir uma participação maior das mulheres (64%) em relação aos homens (36%).

Tabela 20 – Gênero do empreendedor social por gênero que concentra maior interesse de atuação em determinada área

Área de interesse concentrado por gênero	Gênero					
	Feminino		Masculino		Total	
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino
Desenvolvimento Econômico	1	11	1	12	2	23
% item por gênero	8,3	91,7	7,7	92,3	8,0	92,0
Educação	12	1	12	1	24	2
% item por gênero	92,3	7,7	92,3	7,7	92,3	7,7
Participação Cidadã	10	2	6	5	16	7
% item por gênero	83,3	16,7	54,5	45,5	69,6	30,4
Direitos Humanos	9	3	9	5	18	8
% item por gênero	75,0	25,0	64,3	35,7	69,2	30,8
Meio Ambiente	2	10	0	11	2	21
% item por gênero	16,7	83,3	0,0	100,0	8,7	91,3
Saúde	10	2	11	1	21	3
% item por gênero	83,3	16,7	91,7	8,3	87,5	12,5
Total	44	29	39	35	83	64

Fonte: dados da pesquisa

Para discutir a hipótese sobre as áreas de atuação do empreendedor social, buscou-se analisar se o grupo percebia algum tipo de restrição para o ingresso de certo gênero em determinada área. A maioria dos participantes (73%) acredita que não há restrição de gêneros no ingresso a determinadas áreas, e a resposta ficou igualmente distribuída entre os gêneros que optaram por esta. Conforme pode ser analisado na Tabela 21, 27% acreditam que há restrição para a entrada de certos gêneros em certas áreas.

Tabela 21 – Gênero do empreendedor social por opinião quanto à restrição da entrada de certo gênero em determinadas áreas

Existe alguma restrição quanto a entrada de certo gênero em determinadas áreas de atuação no empreendedorismo social?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Não há restrição para o ingresso a nenhuma área	11	11	22
% item	50,0	50,0	100,0
% total	36,7	36,7	73,3
Sim, há restrição a entrada de certo gênero em algumas áreas	4	4	8
% item	50,0	50,0	100,0
% total	13,3	13,3	26,7
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Buscou-se ainda analisar a opinião dos empreendedores ligados ou não a Ashoka sobre a percepção de restrições para a entrada de um gênero em alguma área específica. Se analisado somente o grupo ligado a Ashoka, 85% destes empreendedores não acreditam na existência de restrições de gênero para ingresso em alguma área específica. Esta percepção sobre a existência de restrições foi mais acentuada no grupo não ligado a Ashoka (63%), conforme dados da Tabela 22. Dentre os empreendedores do gênero masculino que acreditam na existência desta restrição, 75% deles acreditam que existe restrição quanto ao ingresso do gênero masculino na área de educação e 25% quanto ao ingresso do gênero masculino na área de saúde. Quando questionados sobre a área onde ocorre restrições ao ingresso do gênero feminino, 100% dos homens citaram a área de desenvolvimento econômico. Já os empreendedores do gênero feminino, afirmaram haver restrições quanto ao ingresso de homens nas áreas de saúde (75%) e educação (25%) e no ingresso de mulheres nas áreas de meio ambiente (50%) e desenvolvimento econômico (50%).

Tabela 22 – Empreendedor social ligado ou não a Ashoka por opinião quanto à restrição da entrada de certo gênero em determinadas áreas

Existe alguma restrição quanto a entrada de certo gênero em determinadas áreas de atuação no empreendedorismo social?	Empreendedor ligado a Ashoka?		
	Sim	Não	Total
Não há restrição para o ingresso a nenhuma área	17	5	22
% item	77,3	22,7	100,0
% total	56,7	16,7	73,3
Sim, há restrição a entrada de certo gênero em algumas áreas	3	5	8
% item	37,5	62,5	100,0
% total	10,0	16,7	26,7
Total	20	10	30
% item	66,7	33,3	100,0
% total	66,7	33,3	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Diante destes resultados, a entrevista buscou questionar a existência de algum motivo especial para haver certa predominância de empreendedores sociais do gênero feminino nas áreas de educação e saúde, e de empreendedores sociais do gênero masculino nas áreas de desenvolvimento econômico e meio ambiente. Os empreendedores também eram questionados sobre sua percepção quanto à restrição ao ingresso do gênero oposto ao predominante, em cada uma das áreas. Uma das empreendedoras entrevistadas (E1), afirmou que o fato da mulher ainda se concentrar nestas áreas está relacionado a cultura histórica onde a mulher era a cuidadora e educadora. O empreendedor do gênero masculino (E2), respondeu apenas sobre a predominância do gênero masculino na área de desenvolvimento econômico, o que ele na verdade afirmou estar relacionado com o perfil. Uma das empreendedoras (E3) disse não saber responder a esta questão.

Novamente, fomos educadas para cuidar, daí o predomínio das mulheres nestas áreas. (...) As coisas estão mudando, alguns paradigmas estão se quebrando. Hoje existem muitos homens que cuidam e mulheres que trazem dinheiro para casa. Isso não é mais uma vergonha, mas sim uma opção. Sendo assim as áreas tendem a se movimentar. O empreendedor busca a transformação seja em qualquer área que ele ou ela estiver. (E1)

*Consigno imaginar uma **lógica clara quanto à propensão masculina para área de desenvolvimento econômico, por uma questão de perfil**, assim como o mercado financeiro tem uma concentração maior de homens. Não sei opinar quanto a algum tipo de dificuldade dos gêneros opostos ao acesso as áreas citadas. (E2)*

Houve a intenção de levantar a percepção dos empreendedores sociais sobre a existência ou não de competição no setor social, já que é um setor que cresce em larga escala e gera alto volume de recursos financeiros. Importante destacar que a expressão setor social foi utilizada para designar o setor de atuação do empreendedor social. Conforme resultados apontados na Tabela 23, 87% dos participantes afirmam existir competição no setor social, sendo esta a opinião de 54% das mulheres e 46% dos homens. Dentre os 13% que acreditam não haver competição, 75% são do gênero masculino.

Tabela 23 – Gênero do empreendedor social por opinião sobre a existência ou não de competição no setor social

Existe competição no setor social?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Sim	14	12	26
% item	53,8	46,2	100,0
% total	46,7	40,0	86,7
Não	1	3	4
% item	25,0	75,0	100,0
% total	3,3	10,0	13,3
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Ainda em torno da questão da competição no setor social, foi analisada a percepção dos empreendedores ligados ou não a Ashoka. Dentre os que afirmaram existir a competição no setor social, 69% são empreendedores ligados a Ashoka e 31% não são ligados a Ashoka. Entre os que não acreditam na existência de competição no setor, a distribuição foi homogênea, 50% para cada grupo conforme observado na Tabela 24.

Tabela 24 – Empreendedor social ligado ou não a Ashoka por opinião sobre a existência ou não de competição no setor social

Existe competição no setor social?	Empreendedor ligado a Ashoka?		
	Sim	Não	Total
Sim	18	8	26
% item	69,2	30,8	100,0
% total	60,0	26,7	86,7
Não	2	2	4
% item	50,0	50,0	100,0
% total	6,7	6,7	13,3
Total	20	10	30
% item	66,7	33,3	100,0
% total	66,7	33,3	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Esta opinião sobre a existência de competição no setor social é confirmada pelos depoimentos dos entrevistados, onde todos concordaram com a existência da competição. As empreendedoras sociais (E1; E3) citaram cada qual de um modo que a competição é um fator cultural forte que não há como evitar em nenhum setor. Já o empreendedor entrevistado (E2) acredita que a profissionalização do terceiro setor fez acirrar a competição na área social.

*Sim, porque mesmo na área social trabalhamos em uma lógica do quem tem mais, de quem sabe mais, **quem conhece mais é melhor e sendo melhor consegue mais coisas**. O ciclo é esse, **você pode até colaborar, cooperar, mas se são cinco ONG para um financiamento, para um voluntário, alguém tem que conseguir e isto faz com que a competição exista**. (...) Acho até saudável, pois faz com que as coisas se movimentem que ninguém fique parado e que as transformações realmente aconteçam. (E1)*

Sim. A competição faz parte da nossa cultura, da nossa educação. Somos educados por meio de provas que comparam os resultados entre os alunos, com divisão de classes por nota em algumas escolas, de maneira individualista onde um não pode ajudar o outro. Depois da escola passamos a trabalhar e há todo um modelo de extrema competitividade por recursos e poder nas ONGs, por poder e parcela de mercado nas empresas.(...) tem competição sim em todo lugar. (E3)

*Sim existe competição, mas é difícil citar apenas um fator. Talvez esta esteja relacionada a cada vez maior similaridade entre segundo setor (empresas) e o terceiro setor (não público, não privado) em relação à **busca de resultados e estratégias de atuação**. (E2)*

Esta competição, porém, se entendida no meio social da mesma forma que nos demais setores, pode desestruturar a proposta do terceiro setor, que segundo Falconer (1999) era de “humanizar o capitalismo”. Segundo Melo Neto e Froes (2002) o empreendedorismo social é o social que “se empresariza”, fator que também leva consigo a competição existente nas empresas. No entanto, deve-se ter cautela em relação à competição no terceiro setor, pois esta pode romper com o que Melo Neto e Froes (2002) definem como um novo modelo de desenvolvimento e que tem como uma de suas características os valores da cooperação, partilha, reciprocidade, complementaridade e solidariedade.

Procurou-se aprofundar a análise sobre a competição questionando ao grupo sobre a existência da competição entre gêneros. Embora 87% dos participantes tenham concordado com a existência da competição, somente 57% da amostra afirmou existir competição entre gêneros no setor social. Dos que possuem esta opinião, 59% são empreendedores do gênero feminino e 41% do gênero masculino. Entre os participantes que afirmam não existir competição entre gêneros no setor social (43%), 62% são homens e 38% são mulheres. Interessante notar que o gênero feminino percebe mais a competição entre os gêneros do que o gênero masculino, conforme apresentado na Tabela 25.

Tabela 25 – Gênero do empreendedor social por opinião sobre a existência ou não de competição entre gêneros no setor social

Existe competição entre gêneros no setor social?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Sim	10	7	17
% item	58,8	41,2	100,0
% total	33,3	23,3	56,7
Não	5	8	13
% item	38,5	61,5	100,0
% total	16,7	26,7	43,3
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Em relação aos participantes que afirmaram existir a competição entre gêneros, foi questionada a percepção dos mesmos sobre o grau de descrição desta competição, ou seja, se esta é explícita ou implícita nos relacionamentos no ambiente social. A maioria (71%) afirmou que esta competição é implícita, ocorre de forma sutil e 29% considerou que a competição é explícita, de acordo com dados expostos na Tabela 26. Dentre os que consideram a competição explícita, 60% são empreendedores do gênero feminino e 40% são empreendedores do gênero masculino.

Tabela 26 – Gênero do empreendedor social que percebe a existência de competição entre gêneros por percepção do grau de descrição sobre esta competição

Esta competição entre gêneros é:	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Explícita, é perceptível a competição	3	2	5
% item	60,0	40,0	100,0
% total	17,6	11,8	29,4
Implícita, a competição existe de forma sutil	7	5	12
% item	58,3	41,7	100,0
% total	41,2	29,4	70,6
Total	10	7	17
% item	58,8	41,2	100,0
% total	58,8	41,2	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Ainda analisando o grupo que afirmou existir competição entre gêneros, buscou-se conhecer a percepção dos mesmos sobre os resultados gerados neste ambiente competitivo. Em relação aos que consideram que esta competição entre gêneros gera mais conflitos, a maioria do grupo (35%), 67% é do gênero feminino e 33% do gênero masculino, conforme Tabela 27. Já 29% do grupo, afirma que esta competição gera diversidade de soluções, opinião esta de 80% das mulheres que acreditam neste resultado. A opinião de que esta competição gera crescimento do setor (17%) foi a opção de 67% dos homens que optaram por esta resposta. Entre os 18% que citaram outros fatores gerados pela competição entre gêneros, pode-se citar que, segundo os empreendedores do gênero feminino, esta competição gera impactos nos resultados e que a análise depende de cada caso, já para o gênero masculino esta competição gera dispersão e diminui a cooperação.

Tabela 27 – Gênero do empreendedor social que percebe a existência de competição entre gêneros por percepção dos resultados gerados neste ambiente competitivo

Esta competição entre gêneros gera mais:	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Conflitos	4	2	6
% item	66,7	33,3	100,0
% total	23,5	11,8	35,3
Crescimento do setor	1	2	3
% item	33,3	66,7	100,0
% total	5,9	11,8	17,6
Diversidade de soluções	4	1	5
% item	80,0	20,0	100,0
% total	23,5	5,9	29,4
Outros	1	2	3
% item	33,3	66,7	100,0
% total	5,9	11,8	17,6
Total	10	7	17
% item	58,8	41,2	100,0
% total	58,8	41,2	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Os empreendedores foram questionados sobre a participação ou não em grupo heterogêneos e multidisciplinares para o desenvolvimento de ações ou projetos sociais. A maioria deles (93%) afirmou já ter participado de grupos com

tais características, de forma homogênea entre os gêneros, como observa-se na Tabela 28.

Tabela 28 – Gênero do empreendedor social por participação ou não em grupos multidisciplinares e heterogêneos para o desenvolvimento de ações ou projetos sociais

Participa ou participou de grupos multidisciplinares e heterogêneos para o desenvolvimento de ações e/ou projetos sociais?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Sim	14	14	28
% item	50,0	50,0	100,0
% total	46,7	46,7	93,3
Não	1	1	2
% item	50,0	50,0	100,0
% total	3,3	3,3	6,7
Total	15	15	30
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Em relação aos empreendedores da amostra que afirmaram ter participado de grupos homogêneos e multidisciplinares para o desenvolvimento de projeto ou ações, estes foram questionados sobre como poderiam enquadrar esta experiência dentro de algumas opções. Houve uma representatividade maior (39%) dos empreendedores afirmando que a experiência foi complementar, apesar de pontos de vista diferentes, sendo esta a opção de 55% dos homens e 45% das mulheres. Outra resposta de representatividade semelhante (36%) descreve a experiência como cooperativa, onde a diversidade de gênero não foi percebida, resposta de 60% de empreendedores do gênero masculino e 40% de empreendedores do gênero feminino, conforme visualizado na Tabela 29. Quanto aos que descreveram a experiência como conflitiva, havendo discordância quase sempre, todos são empreendedores sociais do gênero feminino. Uma pequena parcela (7%) citou que a experiência foi competitiva e o mesmo número de participantes (7%) tiveram outras percepções, enquadrando a experiência como positiva e enriquecedora.

Tabela 29 – Gênero do empreendedor social que participou de grupos multidisciplinares e heterogêneos por percepção sobre esta experiência

Se participou, como enquadraria a experiência nas opções abaixo?	Gênero		
	Feminino	Masculino	Total
Conflitiva, quase sempre havia discordância	3	-	3
% item	100,0	-	100,0
% total	10,7	-	10,7
Complementar, apesar de pontos de vista diferentes	5	6	11
% item	45,5	54,5	100,0
% total	17,9	21,4	39,3
Cooperativa, a diversidade de gênero não foi percebida	4	6	10
% item	40,0	60,0	100,0
% total	14,3	21,4	35,7
Competitiva, a competição era explícita e atrapalhou	1	1	2
% item	50,0	50,0	100,0
% total	3,6	3,6	7,1
Outra percepção	1	1	2
% item	50,0	50,0	100,0
% total	3,6	3,6	7,1
Total	14	14	28
% item	50,0	50,0	100,0
% total	50,0	50,0	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Uma das questões procurou levantar a opinião da amostra sobre os comportamentos, habilidades ou atitudes predominantes no gênero feminino e masculino, a fim de buscar a percepção dos gêneros em relação a si e ao outro gênero. Comparando as opções efetuadas pela amostra do gênero feminino e masculino, observou-se que ambos concordaram que as mulheres no geral possuem um maior entusiasmo, maior envolvimento emocional, são melhores gestoras de recursos humanos, possuem uma maior habilidade para ensinar e uma maior sensibilidade e emoção. Também concordaram que os homens possuem mais conhecimento técnico/ teórico, foco no objetivo, são mais habilidosos na gestão de recursos financeiros e na negociação com empresas públicas ou privadas, além de uma maior habilidade para planejar. Interessante analisar que alguns conhecimentos, habilidades ou atitudes de acordo do gênero que o analisa apresentam ordens de grandeza totalmente inversas. Talvez no momento em que se apresentam tais comportamentos e atitudes, a competição entre os gêneros se torne

mais perceptível, pois ambos se julgam melhores do que o gênero oposto em determinados quesitos.

Tabela 30 – Gênero do empreendedor social por comportamento, habilidades ou atitudes predominantes em cada gênero

Conhecimentos/ Habilidades/ Atitudes	Feminino		Masculino		Total	
	FEM	MAS	FEM	MAS	FEM	MAS
Capacidade de influenciar pessoas ou grupos	6	3	3	3	9	6
Capacidade de mobilização	7	3	4	8	11	11
Capacidade de trabalhar em equipe	7	2	3	4	10	6
Conhecimento prático/ vivência	4	2	2	6	6	8
Conhecimento técnico/ teórico	4	8	3	6	7	14
Criatividade	10	4	4	4	14	8
Energia para múltiplas atividades	11	0	6	7	17	7
Entusiasmo	10	1	7	4	17	5
Envolvimento emocional	13	0	11	1	24	1
Facilidade de comunicação/ oratória	7	2	4	7	11	9
Foco no objetivo	4	6	4	5	8	11
Gestão de recursos financeiros	2	8	2	5	4	13
Gestão de recursos humanos	7	2	5	1	12	3
Habilidade em transferir conhecimento/ ensinar	8	1	7	3	15	4
Iniciativa/ pró-atividade	8	3	3	8	11	11
Liderança	4	3	3	8	7	11
Negociação com empresas privadas/ empresas	2	10	3	7	5	17
Negociação com entidades públicas/ governo	2	7	3	4	5	11
Organização	4	5	8	1	12	6
Planejamento	3	10	2	8	5	18
Sensibilidade/ Intuição	11	0	12	0	23	0
Visão estratégica	4	4	3	7	7	11
Total	138	84	102	107	240	191

Fonte: dados da pesquisa

Vale aqui resgatar o conceito de Manzini-Covre (2005) que ressalta a existência do lado feminino e masculino do homem, assinalando segundo abordagem unnicottiana, que o feminino está relacionado ao ser e o masculino ao fazer. Diante dos comportamentos citados pelos empreendedores de forma uniforme entre os gêneros, observamos que às mulheres foram atribuídos entusiasmo, envolvimento emocional, gestão de pessoas, habilidade de ensinar e sensibilidade/intuição, comportamentos aparentemente ligados ao “ser”. Já aos homens, foram atribuídos conhecimento técnico, foco no objetivo, gestão financeira, negociação e planejamento, comportamento mais relacionados ao “fazer”.

A entrevista também procurou levantar a questão dos comportamentos, habilidades e atitudes, indagando aos entrevistados se haveria algum destes em determinado gênero que o fizesse destacar-se na atuação social. Percebeu-se novamente que as entrevistadas não pareciam à vontade em falar sobre a questão de gênero, sendo que uma delas (E3) não respondeu a questão e se limitou a dizer que ambos os gêneros são importantes nas organizações sociais. Já o empreendedor entrevistado (E2) novamente restringiu-se a falar de um comportamento de destaque no gênero masculino, não citando nenhum diferencial em que as mulheres se destacavam.

*Eu sinceramente vejo que a habilidade, o comportamento e as atitudes que temos e que aprendemos estão mais ligados a nossa visão de mundo e a nossas expectativas com relação aos nossos empreendimentos. **Fica difícil ser empreendedor social e escolher a área a atuar e se moldar a alguns comportamentos masculinos e femininos.** (...) Eu mesma atuo na área da construção civil e sou psicóloga, não seria lógico, mas é prático, funcional e importante para a população com quem atuo. (E1)*

*Acredito que homens podem contribuir para uma **definição estratégica mais assertiva** de organizações sociais do que mulheres, pela minha experiência. (E2)*

No questionário, foi elaborada uma questão aberta com o objetivo de identificar a visão dos participantes sobre a relação homem-mulher no desenvolvimento de soluções no âmbito social. O Quadro 7, apresenta trechos da visão dos empreendedores sociais sobre a questão.

Quadro 7: Trechos da visão dos empreendedores sociais sobre a relação homem-mulher no setor social

Gênero	Opiniões Questionários
Feminino	<p>A diversidade contribui para ações pautadas em equilíbrio e respeito.</p> <p>Positiva pela diversidade de opiniões, independente de gênero.</p> <p>Exatamente como acontece em outros setores: competitiva, na maior parte das vezes.</p> <p>Saudável e complementar.</p> <p>Importantíssima esta relação.</p> <p>É muito relativo. Algumas respostas poderiam variar dependendo do contexto. De qualquer forma os grandes Institutos e Fundações em sua grande maioria têm "chefes" do sexo masculino. Os "auditores externos" também são em sua maioria do sexo masculino. As restrições estão na cultura interna da cada organização. Embora seja menor o preconceito para os que atuam no social, ainda percebe-se forte reflexo da cultura machista.</p> <p>Vejo como trabalho complementar porque que tanto os homens quanto as mulheres têm muitas capacidades, habilidades e sensibilidades, porém as administra de modo distinto, focando em diferentes aspectos, atuando no processo de diferentes maneiras e contribuindo, assim, cada um a sua maneira.</p> <p>Vejo necessária esta complementaridade. Acredito que estamos em um momento onde é muito difícil fazer um processo de transformação isoladamente. Assim, o desenvolvimento de soluções conjuntas e ainda partindo de gêneros diferentes, pode realmente chegar a resultados importantes.</p> <p>Imprescindível, pois traz pontos de vista distintos e complementares, gera crescimento a todos.</p> <p>Acho que deveria ser sem preconceitos e de aceitação da diversidade, mas penso que nem todos os empreendedores sociais trabalham as relações de gênero, nem a equidade, nem os direitos das mulheres aplicados à organização e ao trabalho.</p> <p>Necessária e complementar. Deve haver humildade e integração para o trabalho em equipe.</p> <p>Acho essencial, rico e saudável. Na minha experiência pessoal, em situações de entrevistas para empregos no setor social as mulheres deram de dez a zero nos homens, mas isso implica em outras questões da sociedade. Conheço também homens maravilhosos e muito capazes na área com sensibilidade e iniciativa.</p> <p>Vejo como algo muito positivo, que pode ampliar enriquecer e fortalecer as ações, atendendo aos interesses de ambos.</p> <p>Com a mesma importância que o trabalho homem-mulher em qualquer outro lugar. No meu ponto de vista não há distinção só porque o tipo de trabalho é diferente. Homens e mulheres se complementam ambos são capazes e necessários.</p>

<p>Masculino</p>	<p>Positiva, se houver aptidões complementares e sinergia nas ações.</p> <p>Natural e necessário. Não creio que hoje tenha algo tão visível e específico em relação à concorrência e competição entre gêneros no setor social. O que percebo são os preconceitos e discriminações que já se manifestam em todos os setores de nossa sociedade e não especificamente no setor social. Também não vejo e nem concordo em identificar habilidades e atitudes características e diferenciais dos gêneros no tocante ao desempenho profissional. Penso que todas as habilidades, facilidades e dificuldades são encontradas em ambos os gêneros de acordo com a formação e com a vivência pessoal e profissional das pessoas independente de serem homens ou mulheres. E creio que todos se tiverem acesso a condições adequadas e ambientes propícios desenvolvem essas habilidades.</p> <p>Fundamental, a relação entre os gêneros e a energia que emana destes pólos existentes no ser humano são imprescindíveis para a harmonia entre os seres e as pessoas no local de trabalho.</p> <p>Acredito que antes de tudo, é preciso dizer que o setor social por ser fruto da sociedade, no caso brasileiro também é machista. A ampla equidade de gênero ainda é pouco discutida no 3º setor, apenas organizações que já trabalham com o tema se aventuram, profundamente neste campo. Assim acredito ser esta a principal solução que deve ser desenvolvida: uma melhor percepção do 3º setor como um todo sobre a relação homem-mulher.</p> <p>Vejo da melhor forma possível, pois são complementares e se equilibram, mesclando a dureza, o planejamento e objetividade do homem com a beleza, fluxo e subjetividade da mulher. Enquanto o homem é mais frio e ligado à metas e processos, a mulher parece mais humana e ligada às pessoas, aos detalhes e ao que ao homem muitas vezes não percebe e lhe é "invisível".</p> <p>Em termos gerais, o trabalho entre homens e mulheres no âmbito social é complementar, havendo similaridade de competências.</p> <p>Creio que homem e mulher são entidades indistintas quando se trata de realizar ações pelo bem comum</p> <p>Acho de extrema importância que todo cidadão participe da construção de seu país e as relações de paz entre outras nações. Somos interdependentes.</p> <p>Acho de fundamental importância que o centro de decisões comporte os dois gêneros, isso influencia positivamente a equipe em vários quesitos.</p> <p>Essencial. Ambos são necessários para um bom desenvolvimento de soluções para o âmbito social.</p> <p>Cooperativo e produtivo.</p> <p>O trabalho integrado entre os dois sexos, trás resultados mais expressivos, pois existe a complementaridade entre as ações e decisões.</p>
-------------------------	--

Fonte: dados da pesquisa

Estes dados são extremamente ricos, pois enquanto alguns preferem responder de forma breve, outros apresentam opiniões importantes, ressaltando a existência de preconceitos e a carência de uma atuação no sentido de identificar e trabalhar a relação de gênero no setor social.

Na conclusão da entrevista, buscou-se também a opinião dos empreendedores sociais sobre a relação entre os gêneros no setor onde atuam.

Vejo que cada vez mais estamos cooperando para um processo de transformação, os nossos movimentos se encontram e se distanciam dependendo dos nossos ideais e não de nossos sexos. Mesmo assim acho que nos processos de colaboração buscamos as habilidades e competências de cada um e pode ser que em algum momento ser mulher ou ser homem ajude. (E1)

Eu acho que se fosse mais equilibrada seria muito melhor. Nas organizações onde trabalhei sempre tinha mais mulheres que homens. (E3)

Não vejo problemas nesta relação. (E2)

A pesquisa mostrou resultados interessantes, porém a escassez de pesquisas anteriores restringiu a ampliação da discussão em alguns tópicos e comparação dos dados, porém espera-se a partir deste estudo, que novas pesquisas sejam efetuadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado até aqui, ocorreu uma forte transformação nos papéis sociais e na forma de atuação das pessoas em busca da preservação de sua cidadania. Neste cenário de mudança, o papel do empreendedor social mostrou-se de fundamental importância.

Neste contexto, o objetivo central foi analisar o movimento do empreendedorismo social e as relações de gênero no Brasil. Para tanto, foi efetuada uma pesquisa quantitativa e qualitativa com empreendedores sociais dividida em duas etapas: a aplicação de um questionário à trinta empreendedores sociais e entrevista com três empreendedores sociais.

Para o desenvolvimento da análise foi efetuado um levantamento bibliográfico de teorias diretamente relacionadas ao tema central do trabalho. Através deste levantamento foi possível detalhar os termos comumente utilizados no contexto do empreendedor social, fundamental para a compreensão do estudo.

Posteriormente, procurou-se dissertar sobre o tema do terceiro setor, que articula em conjunto com os setores público e privado, com a finalidade de atender especificamente aos interesses públicos, mas sem a intenção de gerar lucros ou ligação direta com o aparato estatal. Fez-se necessário o entendimento do terceiro setor, devido a sua relevância e, principalmente, por entender que este é o ambiente em que o empreendedor social está inserido.

Em seguida, foram levantadas as definições sobre o empreendedorismo, e foi constatado que não se trata simplesmente de um movimento no qual pessoas abrem novas empresas. O sentido é muito mais amplo: empreendedores possuem, fundamentalmente, idéias inovadoras e as colocam em prática, independente do ambiente, setor ou organização em que estão inseridos. Buscou-se também, delimitar a definição de empreendedor social, uma nova vertente do empreendedorismo. Nova apenas no nome, pois sendo o empreendedorismo social um movimento que, a partir de idéias inovadoras, transforma a sociedade visando o bem comum, podemos supor que, de alguma forma, ele já existe há muito tempo.

Para que fosse possível a análise da questão de gênero, foram resgatados estudos e teorias em torno desta temática. É interessante ressaltar que,

embora gênero remeta aos gêneros feminino e masculino, pesquisas e estudos sobre gênero fazem menção direta ao gênero feminino. Talvez pelo fato da mulher ter conquistado de forma sofrida seu espaço na sociedade. Durante esta seção foram levantados dados interessantes sobre a conquista do espaço feminino ao longo dos anos, a representatividade atual da questão e as novas tendências, como por exemplo, no fato das empresas buscarem competências femininas para atuar de acordo com as exigências do mercado consumidor.

Como forma de destacar a fonte de inspiração deste estudo, à organização Ashoka, foi desenvolvido um capítulo específico sobre a organização, que há mais de 25 anos identifica, apóia e investe em empreendedores sociais com idéias inovadoras e de impacto coletivo. Foram apresentados dados da organização que atualmente forma uma rede de 1.800 empreendedores sociais em mais de 63 países. Alguns cases da instituição também foram levantados a fim de enriquecer ainda mais este estudo.

A partir daí, foram apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para atingir o objetivo proposto. Houve também o detalhamento do perfil da amostra de empreendedores que respondeu ao questionário. Tal amostra mostrou-se homogênea em relação ao gênero, sendo representada igualmente pelo sexo feminino e masculino. Pôde-se analisar que a maioria dos empreendedores sociais pesquisados possuía renda mensal acima da média e nível superior de escolaridade. Os integrantes da amostra foram questionados sobre a ligação ou não com a organização Ashoka e constatou-se que, dos 30 empreendedores, 20 estão ligados a Ashoka.

Uma das hipóteses da pesquisa era a da existência de alguma relação do empreendedorismo privado com o empreendedorismo social. Esperava-se que os empreendedores sociais, anteriormente ou paralelamente a atuação social, tivessem sido proprietários ou sócios de empreendimentos comerciais, tendo como objetivo o lucro individual. Esta hipótese surgiu também por meio do contato com algumas pesquisas, em especial a efetuada pela GEM Brasil (Sebrae, 2005) que ressaltava o fato de que antes de se envolver com questões sociais, o indivíduo busca, prioritariamente, sua sobrevivência. Outras duas hipóteses surgiram também pela análise de dados desta mesma pesquisa, na qual foi destacado que os

empreendedores sociais possuem renda acima da média e nível intelectual mais elevado, sendo, na maioria, graduados em curso superior.

A primeira hipótese não foi confirmada por esta pesquisa, pois 70% dos empreendedores sociais, disse não ter ligação anterior com a criação de empreendimentos de finalidade comercial. As outras duas hipóteses, porém, foram confirmadas por este estudo. Em relação à segunda hipótese, embora 40% dos empreendedores sociais da amostra afirmou atuar no empreendedorismo social de forma voluntária, ou seja, sem receber remuneração pela atividade, 77% dos empreendedores possui renda individual mensal entre 5 e 20 salários mínimos. Neste sentido, a renda dos empreendedores é muito superior a renda da maioria dos brasileiros, pois segundo dados do IBGE-PNAD (2004), 57% da população possui renda inferior a 5 salários mínimos. Já em relação à terceira hipótese, relacionada à questão da escolaridade, foi evidenciado que 87% dos empreendedores sociais possui, no mínimo, curso superior completo.

Outra questão interessante foi a definição de empreendedor social sobre a sua própria ótica. Foram resgatadas duas definições, uma de cada gênero, consideradas próximas dos conceitos já existentes:

Empreendedor social é um indivíduo (com grande potencial criador e realizador) que ***mobiliza pessoas, recursos e ações*** para atingir ***um objetivo social*** e inspirado por uma paixão, por um ideal de poder contribuir e ***transformar uma situação***.

(empreendedor social do gênero feminino, dados da pesquisa).

Aquele que ***cria modelos inovadores para a solução de algum problema social ou ambiental***, especialmente ligado às populações menos favorecidas.

(empreendedor social do gênero masculino, dados da pesquisa).

Procurou-se, ainda, traçar um paralelo entre a atuação do empreendedor social e a atividade voluntária. Como resultado, foi constatado que a maioria dos empreendedores sociais participa ou participou de trabalhos voluntários (97%). A partir desta análise, pode-se supor que o movimento empreendedor nasce do movimento do voluntariado, ou migra para ele, com a intenção de colocar em prática suas idéias inovadoras.

Em relação à questão de gênero, os empreendedores acreditam que o sexo predominante em atividades voluntárias é o feminino. Quando migramos, porém, para o empreendedorismo, a questão de gênero parece estar camuflada. Isto porque a maioria dos empreendedores não acredita na existência de restrições na entrada de certos gêneros em determinadas áreas, embora acreditem que há uma concentração de mulheres nas áreas de saúde e educação, e de homens nas áreas de desenvolvimento econômico e meio ambiente. Durante as entrevistas, foi percebido certo desconforto, em especial nos empreendedores do gênero feminino, para tratar o tema de frente. É como se as pessoas tivessem suas opiniões formadas a respeito da relação entre gêneros, mas, por atuarem em uma área na qual as bandeiras da cooperação, da diversidade e da harmonia estão sempre hasteadas, sentem dificuldade em falar sobre a questão.

Grande parcela dos empreendedores sociais admitiu a existência da competição no setor social, o que reforça a proximidade do terceiro setor com o segundo setor, onde a competição é regra básica no ambiente das empresas privadas. Mais da metade dos empreendedores admitiu a existência da competição entre gêneros e, embora a maioria acredite que esta competição gere crescimento do setor e diversidade de soluções, uma parcela significativa acredita que esta competição entre gêneros é um fator gerador de conflitos. Tal opinião é predominante entre o gênero feminino.

Interessante resgatar a opinião dos empreendedores sobre os comportamentos, habilidades ou atitudes mais relevantes em cada gênero. Embora ambos os gêneros tenham consenso sobre onze, dos vinte e dois comportamentos, habilidades ou atitudes apresentados, o dado enriquece este estudo e permite que seja utilizado por organizações como fonte para o desenvolvimento, capacitação ou atividades de integração entre os gêneros.

Neste ponto é válido destacar a visão da relação homem-mulher no setor social, a partir da perspectiva de dois empreendedores de gêneros distintos

*Acredito que antes de tudo, é preciso dizer que o setor social por ser fruto da sociedade, no caso brasileiro também é machista. **A ampla equidade de gênero ainda é pouco discutida no 3º setor**, apenas organizações que já trabalham com o tema se aventuram, profundamente neste campo. Assim acredito ser esta a principal solução que deve ser desenvolvida: **uma melhor percepção do 3º setor como um todo sobre a relação homem-mulher.***

(empreendedor social do gênero masculino, dados da pesquisa).

*Vejo como **trabalho complementar** porque que **tanto os homens quanto as mulheres têm muitas capacidades, habilidades e sensibilidades**, porém as administra de modo distinto, focando em diferentes aspectos, **atuando no processo de diferentes maneiras e contribuindo, assim, cada um a sua maneira.***

(empreendedor social do gênero feminino, dados da pesquisa).

Espera-se, a partir de todo conteúdo apresentado, ter atingido o objetivo de contribuir academicamente e com a sociedade, em especial ao setor de atuação do empreendedor social. Esta pesquisa poderá estimular novas produções acadêmicas e despertar a importância da discussão sobre as relações de gênero em organizações do terceiro setor, e com isso contribuir para a continuidade dessas organizações dentro dos princípios que as movem.

Assim, entende-se que o objetivo central desta pesquisa foi atingido. Porém, vale ressaltar que este é um tema ainda pouco explorado até o momento, apesar da importância atribuída aos resultados por hora apresentados. Existem alguns fatores que limitam estes resultados, em especial a baixa representatividade da amostra. Sugere-se que novos estudos correlatos sejam efetuados com o objetivo de ampliar a discussão sobre a temática do gênero no empreendedorismo social.

Para concluir, vale ressaltar a percepção de que, independente do gênero, crença, raça, escolaridade ou classe social, o potencial empreendedor existe e pode transformar a realidade social, ainda que com pontuais iniciativas. Espera-se que a competição um dia se transforme em cooperação e que os gêneros não busquem igualdade, mas que tenham uma relação de respeito às virtudes um do outro., pois cada um possui seu brilho podendo completar-se conjuntamente, realizando grandes projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRIL, B. 2004. Disponível em [http://wbln0018.worldbank.org/LAC/LACInfoClient.nsf/d29684951174975c85256735007fef12/d14ecc777989d4cb85256cde0075be1c/\\$FILE/desafios_port.pdf](http://wbln0018.worldbank.org/LAC/LACInfoClient.nsf/d29684951174975c85256735007fef12/d14ecc777989d4cb85256cde0075be1c/$FILE/desafios_port.pdf); Acesso em 28 abril 2007

ALTIERI, M. A. Forjando colaboraciones entre ONGs, asociaciones campesinas y centros internacionales de investigación para avanzar hacia una agricultura campesina sustentable. In: ALTIERI, Miguel A. & VÁSQUEZ, Diego. El futuro de la investigación y el desarrollo de la agricultura campesina en la América Latina del siglo XXI. CONCLUSIONES DE UNA CONSULTA REGIONAL. Cali. Colombia. 1997. Berkeley: Universidad de California; CGIAR-NGO Committee. 1998a. p.45-52.

ASHLEY, P. A.. Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2001.

BOFF, L.. Fundamentalismo: a globalização e o futuro da humanidade. Rio de Janeiro: Sextante, 2002.

BORGES, A.; GUIMARÃES, I. B. A mulher e o mercado de trabalho nos anos noventa: o caso da região metropolitana de Salvador. In M. I. B. Rocha (Org.), Trabalho e Gênero: mudanças permanências e desafios (pp.111- 138). São Paulo: Editora 34, 2000.

BORNSTEIN, D.. Como mudar o mundo – Empreendedores Sociais e o poder das novas idéias. São Paulo: RCB; 2005.

CAPRA, F.. A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1996.

_____. As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2002.

CARDOSO, A. J. G.; MAÑAS, A. V.. Reflexões sobre o terceiro setor e a sua gestão. Caderno de Administração PUC-SP n. 3. 1998; São Paulo: EDUC, 2000.

CARREIRA, D.; AJAMIL, M.; MOREIRA, T.. Mudando o Mundo: a liderança feminina no século 21. São Paulo: Rede Mulher de Educação, 2001.

CERVO, A. L.. Metodologia Científica. 5ª ed.. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, I.. Gestão de Pessoas – o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHILAND, Colette. O Sexo Conduz o Mundo. Ed. Companhia de Freud, Rio de Janeiro, 2005.

COELHO, F. D.. Reestruturação econômica, Políticas Públicas e as Novas Estratégias de Desenvolvimento Local. In CACCIA-BAVA, Silvio (org), Desenvolvimento Local: Geração de Emprego e Renda. São Paulo, Publicações POLIS, (25): 45-62, 1996.

COSTA, R. P.. Os Onze Sexos. Ed. Gente. São Paulo, 1994.

DEGEN, R. J.. O Empreendedor: valores da iniciativa organizacional. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOMENEGHETTI, A. M.. Voluntariado – Gestão do trabalho voluntário em organizações sem fins lucrativos. São Paulo: Editora Esfera, 2001.

DORNELAS, J. C. A.. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F.. Administrando em tempos de grandes mudanças. São Paulo: Pioneira, 1995.

_____. Inovação e espírito empreendedor (Entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

ENGELS, F.. A origem da família, da propriedade privada e do Estado. Trad. Leandro Konder. 8ª ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1982 (1884).

FALCONER, A. P.. A promessa do terceiro setor – um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão. Ensaio baseado em dissertação de mestrado – Universidade de São Paulo. São Paulo: Autor, 1999.

FAORO, Raymundo. Os donos do poder – formação do patronato político brasileiro. 3 ed. rev. São Paulo : Globo, 2001.

FARRELL, L. C.. Entrepreneurship: valores das organizações empreendedoras. São Paulo: Atlas, 1993.

FERNANDES, Rubem César. Privado, porém público: o terceiro setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FILION, L. J.. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/ junho de 1999.

FISCHER, R. M.; FALCONER, A. P.. Voluntariado empresarial: estratégias de empresas no Brasil. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, 2001.

FORATTINI, O. P.. Ecologia, Epidemiologia e Sociedade. São Paulo: Edusp, 1992.

GENERAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo. Disponível em http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo_brasil.asp> Acesso em 26 de abril de 2006.

GOMES, O.; GOTTSCHALK, E.. Curso de Direito do Trabalho. Rio de Janeiro: Forense, 1994.

GÓMEZ, Willian Héctor. Desenvolvimento sustentável, agricultura e capitalismo. In: BECKER, Dinizar Fermiano (Org.). Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade. 2.ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1999. p.95-116.

GRAMSCI, A.. Obras escolhidas. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

HISRICH, R. Characteristics and Background of entrepreneurs. Entrepreneurship starting developing and managing a new enterprise. Boston, p. 47-90, 1989.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HITE, S.. As Mulheres e o Amor. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1992.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2004. <http://www.ibge.gov.br> Acesso em 25 de julho de 2007.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: medos, preocupações e qualidade de vida. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005

JUNG, C.. O Homem e seus Símbolos. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 2002.

JUNQUEIRA, L. A. P.. Gestão das Políticas Sociais e o Terceiro Setor. XXV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração – ANPAD, set. 2001. <http://integracao.fgvsp.br/ano6/10/administrando.htm> Acesso em 15 de julho de 2007.

_____. Organizações sem fins lucrativos e redes sociais na gestão das políticas sociais. Caderno de Administração PUC-SP n. 3. 1998; São Paulo: EDUC, 2000.

KALDOR, M. The Idea of a Global Civil Society. London: International Affairs, v. 79, n. 3, 2003.

KIMURA, D.. Sex and cognition. Boston, MA: A Bradford Book, 1999.

KOTLER, P.. Marketing para organizações que não visam o lucro. São Paulo: Atlas, 1988.

LAPLANCHE & PONTALIS. Vocabulário de Psicanálise (*Vocabulaire de la Psychanalyse*, Presses Universitaires de France, Paris, 1987). São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda, 1995

LEITE, E.. O Fenômeno do Empreendedorismo Criando Riquezas. Recife: Bagaço, 2002.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. Administração de pequenas empresas. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1997.

LOVATO, Flora. Voluntário, Sinônimo de Participação. In Grandes empresas investindo no desenvolvimento social. São Paulo: AIESEC-FGV, 1996.

MAÑAS, A. V.. Ética e negócios – questões de nossos tempos. Caderno de Administração PUC-SP n.2. 1998; São Paulo: EDUC, 1998.

MANZINI-COVRE, M. L.. Mudanças de sentido, sujeito e cidadania, Editora Expressão e Arte: São Paulo, 2005.

_____. O que é cidadania. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C.. O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: Os Requisitos Ambientais dos Produtos Industriais, Editora da Universidade de São Paulo: São Paulo, 2002.

MARTINELLI, Antonio Carlos. Compromisso Social da Empresa. In Grandes empresas investindo no desenvolvimento social. São Paulo: AIESEC-FGV, 1996.

MELO NETO, F. P.; FRÓES, C.. Empreendedorismo social: a transição de uma sociedade SUSTENTÁVEL. RIO DE JANEIRO: QUALITYMARK, 2002.

MEREGE, L. C.; ALVES, M. A. Desenvolvendo a Filantropia Empresarial através da Educação: uma Experiência Brasileira. Paper apresentado na palestra “Terceiro setor e Investimento Social”, no II Fórum Municipal – Vida Voluntária. Ponta Grossa, 31 maio 2002.

MORGAN, G.. IMAGEM DAS ORGANIZAÇÕES. SÃO PAULO: ATLAS, 1996.

MURARO, R. M.; BOFF, L. FEMININO E MASCULINO: UMA NOVA CONSCIÊNCIA PARA O ENCONTRO DAS DIFERENÇAS. 3. ED. RIO DE JANEIRO: SEXTANTE: 2002.

MUKHTAR, S.M. Business characteristics of male and female small and medium enterprises in the UK: Implications for gender-based entrepreneurialism and business competence development. British Journal of Management, 9,1, p. 41-51, 1998.

O'NEILL, M. Nonprofit management education: history, current issues and the future, in Michael O'Neill & Kathleen Fletcher, Nonprofit management education: U.S and world perspectives. Westport: Praeger, 1998.

PARCEIROS VOLUNTÁRIOS disponível em:

<http://www.parceirosvoluntarios.org.br/Componentes/Parceiros/RelatorioAnual.asp>> Acesso em 20 abril de 2007.

PECHT, E. R. I. Mulher empresária e empresária mulher: Trajetórias de vida e estilos de gerência. Dissertação de Mestrado. Orientadora: Dra. Maria de Lourdes Manzini Covre. São Paulo: PUC – SP. 1999

PORTER, M. E.. Vantagem Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PRINGLE, H.; THOMPSON, P.. Marketing Social: marketing para causas sociais e a construção das marcas. São Paulo: Makron Books, 2000.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – PNUD. Desafios e oportunidades para a igualdade entre gêneros na América Latina e Caribe. Disponível <http://www.penuid.org.br> Acesso em 24 de abril de 2006.

RIBEIRO, Ana Lúcia; LIMA, Daniela S.; TAVARES, Raquel P; BERNARDES, Jefferson S. Trabalho voluntário: *Algumas Considerações sobre Saúde Mental*. In Revista Psico, São Paulo, v.27, nº. 1, 1996.

RODRIGUES, M. C. P. Terceiro setor: para que serve? Revista Conjuntura Econômica. São Paulo, no 51, n. 1, jan. 1997.

ROGERS, Everett M. Diffusion of innovations. The Free Press, 1995.

ROSA, P. et al. The impact of Gender on Small business management: preliminary findings of a British Study. International Small Business Journal, 12, 3, p. 25-41, 1994.

ROSNAY, J. O homem simbiótico. Petrópolis: Vozes, 1997.

SACHS, I.. Desenvolvimento sustentável, bioindustrialização descentralizada e novas configurações rural-urbanas. Os casos da Índia e do Brasil. Trad. Anne Sophie de Pontbriand - Cristilla de Lassus Vieira. In: FREIRE, P. P. & WEBER, Jacques (Org). Gestão de recursos naturais renováveis e desenvolvimento: novos desafios para a pesquisa ambiental. São Paulo: Cortez, 1997. p. 469-494. Original francês.

SARACENO, D. V. S.. O Papel do Terceiro Setor na questão do Desenvolvimento Regional e Local. S/D. Artigo em CD Room.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. A micro e pequena empresa no Brasil. Disponível em: <<http://www.estado.rs.gov.br/jucergs/estatistica>> . Acesso em: 19 abril 2007

_____ Estatísticas do empreendedorismo. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/ued.index.htm>. Acesso em: 26 abril 2007.

_____ [http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/6A591EF71804C28003257132006C8E5B/\\$File/NT000AF176.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/6A591EF71804C28003257132006C8E5B/$File/NT000AF176.pdf)> Acesso em 20 abril de 2007

SEVERINO, A. J.. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2000.

SEXTON, D. & BOWMAN, N. The entrepreneur: a capable executive and more. Journal of Business Venturing 1, 129-140, 1985.

SEXTON, D. & BOWMAN-Upton, N. Female and male entrepreneurs: psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. Journal of Business Venturing, 5, p.29-36, 1990.

SINGER, P.; SOUZA, A. (orgs.) "A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego". São Paulo: Contexto, 2000.

SOUZA NETO, S.; SALES, A. Empreendedorismo: Um Modelo de Liderança para o século XXI. s/d. Artigo em CD Room.

SHULER, A. M.. A mulher no Mercado de Trabalho. Ceará. Tribunal Regional do Trabalho 6ª Região, 1998. Disponível em <<http://www.trt6.gov.br/informativo/1998/jornalmarco/anaschuler.htm>> Acesso em 05 de Maio de 2006.

TOMEI, M.. O trabalho da OIT para alcançar a igualdade de gênero no trabalho. Disponível em <<http://oitbrasil.org.br> > Acesso em 02 de maio de 2006.

TENÓRIO, F.. Gestão de ONG's: principais funções gerenciais. 5. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2001.

VALLS, A.. O que é ética. 9ª ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.

VAZQUEZ, A. S.. Ética. 8.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985.

VENZKE, C. S.; NASCIMENTO, L. F.. O Ecodesign no Setor Moveleiro do Rio Grande do Sul, Artigo Técnico, Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2002.

WEBER, M.. Economia e Sociedade. Trad. Regis Barbosa e Karen Barbosa, revisão técnica Gabriel Cohn. 3ª ed., 2 v. Brasília : Ed UNB, 1999.

ANEXO

1 - Cases de Empreendedores Sociais da Ashoka, selecionados em 2006

Gênero	UF	Instituição	Descrição do projeto do empreendedor social
Masculino	PE	Serviço de Tecnologia Alternativa (Serta)	Por considerar a escola no campo como local privilegiado para o aprendizado e emancipação social, o empreendedor utiliza esse espaço para estimular o desenvolvimento sustentável por meio da mobilização e organização comunitária de alunos, educadores e família de agricultores. Através do Serta, desenvolveu o Programa educacional de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável (Peads), que trabalha simultaneamente o ensino, a pesquisa e cursos de extensão como instrumentos de inovação, transformação e inclusão social nas regiões rurais do estado. Este trabalho foi realizado dentro das instituições públicas de ensino e o processo educativo consiste em investigar as atividades econômicas e as variáveis governamentais que inibem o desenvolvimento dos locais onde atuam e vivem os jovens e educadores.
Masculino	SP	Liga dos Amigos e Estudantes Africanos	O empreendedor, imigrante africano nascido em Angola, percebeu que uma das principais causas do racismo no Brasil está relacionada à falta de conhecimento do povo brasileiro sobre a África. Para reverter esse quadro, trabalha para superar o estranhamento entre as culturas promovendo a cooperação afro-latina em âmbito social, cultural, político e humano. Suas principais atividades são desenvolvidas no Programa Laços Étnicos Culturais (PLEC), que conta com três vertentes interligadas: a primeira consiste na intervenção no espaço escolar, formando professores como interlocutores das nações africanas na sala de aula; também realiza um trabalho direcionado aos idosos, formando multiplicadores das tradições daquele continente; a terceira vertente, trata da promoção de intercâmbios acadêmicos, culturais e comerciais; tanto entre o Brasil e países da África, como entre estados brasileiros.
Feminina	SP	Interação	Ao propor alternativas que melhorem as condições de moradia e vida das comunidades que ocupam assentamentos irregulares na cidade, a empreendedora ajuda a população a se mobilizar e a compreender o espaço onde vivem. A mobilização é feita pelo autocadastramento, ou seja, pela criação de um banco de dados comunitário; pela formação de grupos de poupança; e pela troca de experiências com outros grupos semelhantes. Em um segundo momento, a interação utiliza recursos financeiros provenientes dos

			fundos de poupança como uma forma de obtenção de crédito para a melhoria das condições de moradia em comunidades assentadas. Em estratégia permite que a comunidade se reconheçam como grupo e passem a identificar seus problemas e a representarem suas próprias demandas junto ao poder público. Além de arrecadarem recursos financeiros para soluções coletivas.
Masculino	SP	Sociedade do Sol	A organização Sociedade do Sol, desenvolve produtos tecnológicos de alta qualidade para a população de baixa renda na geração de energia, e busca difundir suas experiências e informações sobre essas fontes. Destaca-se aí o Aquecedor Solar de Baixo Custo (ASBC). Para disseminar seu trabalho por diversas regiões do Brasil, o empreendedor preparou manuais de produção do Kit do aquecedor solar, que são acessíveis gratuitamente para professores e alunos. Os professores se inscrevem pela internet e são convidados a participar de uma aula em que aprendem a montar o aquecedor e a capacitar seus colegas e alunos. Também recebem a doação de um Kit, que podem levar às suas escolas para formar outros grupos e multiplicar os conhecimentos sobre essa fonte alternativa de energia.
Feminina	SP	Intervozes	O Sistema Geral de Comunicações (SGC) parte da premissa que estabelece uma cooperação entre a sociedade civil, o estado e a iniciativa privada em torno da elaboração de um sistema comunicativo mais democrático e inclusivo. Para garantir que isso ocorra, a empreendedora promove uma discussão sobre o papel social dos meios de comunicação. O Intervozes atua aos movimentos sociais e de bases comunitárias, estimulando-os a se apropriar da mídia e a incorporar a luta pelo SGC em suas missões, sempre acreditando que a demanda da sociedade por um sistema de comunicação mais democrático pode levar a sua própria consolidação. Ao mesmo tempo em que a garantia do direito à comunicação é capaz de fortalecer as lutas desses movimentos. Além disso, também atua junto ao poder público para modificar o quadro de concentração dos meios de comunicação e influenciar a reformulação do aparato legal que sustenta esse panorama.

Masculino	AC	APIWTXA	<p>No estado do Acre nasceram as grandes lutas pela defesa do uso da terra. Os territórios indígenas foram reconhecidos, mas as comunidades pouco se desenvolveram economicamente e ainda sofrem constantes invasões. Nesse contexto, o empreendedor criou um método diferenciado de manejo de sistemas agro-florestais. Juntamente com a Comissão Pró-Índio (Acre), cria um modelo de agente agro-florestal responsável por levar conhecimentos adquiridos para tribos indígenas em diferentes regiões. Esses agentes compartilham informações sobre os desafios que cada tribo enfrenta e fortalece a cooperação mútua e a prevenção dos problemas comuns. Atualmente, os agentes são contratados pelo governo do estado para trabalhar no desenvolvimento das terras indígenas, além de ajudar na defesa das tribos em casos de invasão de terras.</p>
Masculino	RJ	Central Única das Favelas (CUFA)	<p>Com o objetivo de criar um movimento organizado para desenvolver o pensamento e o protagonismo necessários para a transformação dentro da favela, o empreendedor fundou a Central Única da Favela (CUFA). Através da cultura do <i>hip hop</i>, os jovens envolvidos assumem um novo papel dentro da comunidade propondo soluções para o autodesenvolvimento. Paralelamente, buscam parcerias que estimulem ações fora da favela que pretendem influenciar a visão da sociedade com relação a essa população. A CUFA desenvolve atividades culturais e de geração de renda, além de promover a capacitação dos jovens em diferentes temas. Cria também mecanismos de interação com o Poder Público, de modo que os projetos desenvolvidos para essas comunidades sejam pensados e construídos com elas.</p>
Masculino	SP	Bolsa de Valores Sociais	<p>Para diminuir as distâncias entre ONGs e o mercado financeiro no que diz respeito a captação de recursos para os movimentos sociais, o empreendedor criou a Bolsa de Valores Sociais (BVS) de São Paulo, identificando a oportunidade de combinar a eficácia de arrecadação de uma bolsa de valores com a demanda social por investimentos privados, criando um novo local simples e eficaz de relacionamento entre investidores e organizações sociais. O catálogo da BVS é um espaço altamente satisfatório de exposição e divulgação transparente dos projetos realizados em pequeno e médio porte. Com a possibilidade de reprodução da iniciativa para outras bolsas do mundo, esse modelo poderá alcançar grandes dimensões e alterar o rígido quadro atual de mecanismo de captação de recursos para ONGs.</p>

Feminina	BA	Projeto Chapada	<p>O Projeto Chapada foi criado como modelo educacional para dar suporte na formação de professores e coordenadores pedagógicos em uma das regiões mais pobres do país, a Chapada Diamantina. Uma região com um baixo índice de escolaridade e alto nível de trabalho infantil. Desde o início de sua trajetória, em 1997, quando criou o "Programa de Apoio e Auxílio ao Professor", projeto de capacitação de professores da zona rural, a empreendedora conquistou parcerias com o governo local e organizações da sociedade civil nos doze municípios onde o programa foi implantado. O projeto de formação continuada na região foi desenvolvido levando em consideração o investimento no aprendizado das crianças, na qualidade do ensino e capacitação de gestores públicos. A iniciativa originou um grupo qualificado de agentes capazes de mudar a realidade da educação na região.</p>
Masculino	SP	Instituto Sou da Paz	<p>Nos chamados bolsões de pobreza, o alto índice de criminalidade é abastecido pelo comércio de armas; e a ausência de uma instituição policial devidamente qualificada agrava ainda mais o cenário. Com esse panorama, o instituto Sou da Paz, propõem o desarmamento da população, a democratização das escolas e a melhoria da instituição policial. Por meio de campanhas, mobilizações e práticas consistentes na área de direitos humanos, o empreendedor busca influenciar políticas públicas exigindo da sociedade um posicionamento quanto às questões relacionadas à segurança, nos âmbitos local e nacional. O Instituto Sou da Paz propõe também a criação e o monitoramento de leis na área de segurança e o incentivo da polícia para o fortalecimento da mesma. Para isso, criou o Prêmio Política Cidadã, destinado ao policial civil, militar ou técnico científico do município de São Paulo.</p>
Masculino	SP	Instituto Elos	<p>O Instituto Elos reúne estudantes de arquitetura e moradores de ambientes físicos e socialmente degradados, como cortiços e favelas, para que possam juntos melhorar as condições de habitação nesses locais. A ação permite um olhar e uma formação diferenciada aos futuros arquitetos, além de melhorar as condições de vida e a auto-estima das populações destas comunidades. Por fim, o programa tem alterado a maneira como as comunidades atuam e se reconhecem em seus espaços. Formado em arquitetura, o empreendedor ainda na faculdade, propunha ações para aproximar a academia da realidade social. Apresentou iniciativas se foram incorporadas aos encontros de arquitetura e desenvolveu eco-técnicas para trabalhar com agricultores. Trabalhou em projetos na área, paisagismo e urbanismo em áreas públicas até que, em 2000, criou o Instituto.</p>

Feminina	SP	Beleza e Cidadania	A organização Beleza e Cidadania é destinada, ao desenvolvimento pessoal e profissional de mulheres nas periferias da capital, especificamente em comunidades ao redor de escolas de samba. A geração de emprego e renda na área da estética promove a auto-estima, a cidadania e a inclusão social. Além de transformar as quadras de samba, geralmente ocupadas somente durante o carnaval, em espaços com um papel ativo junto às comunidades. O projeto tornou-se uma referência para os salões de beleza, que passaram a buscar profissionais formadas no balcão de empregos criado pela organização. A empreendedora também tem um acompanhamento sistematizado das mulheres que desenvolvem seus trabalhos em casa ou que estão começando seus próprios negócios.
Feminina	SP	Instituto Patrícia Galvão	A empreendedora criou o Instituto Patrícia Galvão para aproximar os veículos de comunicação de massa das organizações feministas e, juntos, atuarem no combate às desigualdades de gênero, à violência contra a mulher e para modificar a cultura machista da sociedade brasileira. Para isso, articula três atores interligados que possuem interesses semelhantes, mas vivem em constante conflito: a mídia (comunicadores e jornalistas), os agentes políticos e sociais (ONGs de mulheres, sociedade civil) e a opinião pública. Pelo seu portal na Internet, o instituto Patrícia Galvão oferece pesquisas e publicações de diversas instituições e organizações para jornalistas, pesquisadores, universitários e para o público geral. Além disso, elabora grandes campanhas de comunicação ou ações públicas contra a mídia socialmente abusiva.
Masculino	RJ	Observatório das Favelas	O Observatório de Favelas foi criado para combater a desigualdade social entre as favelas e as demais áreas dos grandes centros urbanos. Para atingir seu objetivo, trabalha de forma articulada com jovens universitários, saídos das favelas, em programas que promovam o desenvolvimento de políticas sociais e que atendam às reais necessidades dessa população. O Observatório de Favelas investe na formação dos jovens favelados que realizam pesquisas, desenvolvem ações na área de comunicação, estabelecem contatos com outros autores externos e trabalham na avaliação e monitoramento de políticas sociais. Dessa forma, o empreendedor busca construir um novo olhar sobre os espaços populares e elaborar novas maneiras de se pensar a cidade e os vínculos entre os seus grupos sociais. Sempre a partir da valorização da identidade da população de origem popular.

Feminina	RR	Conselho Indígena de Roraima	Em um cenário de maus tratos e degradação da cultura e das terras indígenas, nasceu à empreendedora, que se tornou a primeira mulher indígena advogada no Brasil. Por meio do Conselho Indígena de Roraima (CIR), ela criou programas que permitem que as populações indígenas façam valer seus direitos individuais e coletivos garantidos por lei. Em 2001, criou a área jurídica para capacitar e formar indígenas em áreas que envolvem direitos fundamentais como saúde, educação e questões territoriais e ambientais. Seu trabalho orienta vítimas de perseguição, ameaça, tortura ou discriminação racial e acompanha casos de violação de direitos humanos. Criou também um Balcão de Direitos, que leva às terras indígenas o acesso à cidadania e à documentação civil básica, construindo pontes com os serviços públicos disponíveis somente nas cidades.
Masculino	RJ	Luta pela Paz	No Centro Comunitário Luta pela Paz, o empreendedor atua com as crianças e jovens envolvidos direta ou indiretamente com grupos armados organizados. A prática do boxe é utilizada para atrair esses jovens e, a partir do envolvimento com o esporte, são desenvolvidos diversos trabalhos de resgate, prevenção e promoção da cidadania. O Centro também prepara e encaminha os meninos para o mercado de trabalho, além de realizar o acompanhamento do seu desempenho escolar e de sua participação comunitária. Paralelamente desenvolve também o Programa Crianças e Jovens em Violência Armada Organizada (COAV), que produz pesquisas e divulga informação para a elaboração de políticas sociais para juventude.
Feminina	SP	Associação Santa Fé	Diversos problemas sociais e econômicos levam a crianças e jovens a deixar seus lares para viver nas ruas. A indiferença da sociedade, que se acostumou a esse cenário, aumenta a sensação desses meninos e meninas, que passam a se envolver, cada vez mais cedo, com drogas, prostituição ou crimes. Com a Associação Santa Fé, e empreendedora tem transformado essa realidade e a apatia da sociedade brasileira em relação ao problema por meio de programas que promovem a emancipação social do jovem. O desenvolvimento individual pleno dessas crianças e adolescentes é garantido pela reconstrução de suas vidas, pelo acesso irrestrito aos seus direitos e pela mudança de percepção que a sociedade tem em relação aos mesmos.

Masculino	PE	Mundo Pet	<p>O empreendedor utiliza a reciclagem da garrafa pet como ferramenta de inclusão social e geração de renda para comunidades marginalizadas, como os catadores de lixo e pequenos produtores rurais de São Lourenço da Mata. Ele desenvolveu uma cadeia produtiva que estimula catadores de lixo a coletar esse material e criar produtos de maior valor agregado a partir desta matéria-prima, para, depois, vendê-los aos produtores rurais. Para o empreendedor, é preciso aliar esses dois atores (catadores e agricultores) por meio de uma estratégia (produtos de pet) que gere emprego e aumente a renda de ambos. Na linha de produtos predomina o trabalho artesanal e o pet substitui o material padrão, que geralmente é caro e inacessível para pequenos produtores rurais. Com isso pretende reverter os baixos índices de reutilização do material, para gerar renda e inclusão social.</p>
Feminina	PE	Associação Pernambucana das Mães Solteiras	<p>A Associação Pernambucana das Mães Solteiras, fundada pela empreendedora em 1992, promove na área metropolitana do Recife a inclusão cívica de crianças e jovens de baixa renda sem reconhecimento paterno. A associação facilita o acesso aos direitos humanos fundamentais minimizando os efeitos nocivos da rejeição no desenvolvimento psíquico e na educação dos menores. Para alterar a burocracia e aumentar a conscientização sobre a importância do reconhecimento da paternidade, a associação oferece apoios jurídicos, sociais e psicológicos para as mães solteiras. Pressiona também, através da legislação vigente, processos existentes em prol do reconhecimento e compensação monetária do pai. Além disso, desenvolve um importante trabalho de prevenção com jovens mulheres, tentando reduzir o índice de gravidez não planejada. Nesse trabalho informa os jovens sobre métodos anticoncepcionais, reforçando quais são os direitos e deveres da maternidade e paternidade.</p>
Feminina	RS	Justa Trama	<p>Com uma ampla experiência adquirida ao lidar com modelos de cooperativismo, economia solidária e orçamento participativo, a empreendedora desenvolveu a primeira cadeia produtiva de algodão ecológico do Brasil, que envolve agricultores e produtores e é representada pela marca Justa Trama. A cadeia começa no Ceará, com o plantio e a colheita do algodão ecológico, usando técnicas de conservação do solo e da água. Depois, a fiação e a tecelagem são produzidas por duas cooperativas em São Paulo. Por fim, o desenho e a confecção dos produtos são desenvolvidos em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul, respectivamente, usando adornos de sementes e tintas naturais provenientes da</p>

			região amazônica. Além dos benefícios que uma cadeia produtiva como essa traz para os agricultores e produtores, o consumidor também ganha ao adquirir um item produzido coletivamente.
Masculino	SP	Viração	A Revista Viração é um projeto social de comunicação impressa que busca formar uma geração de jovens mais críticos com relação à atual produção comunicativa. A idéia é usar a comunicação como ferramenta de educação, desenvolvimento e protagonismo juvenil para estimular a luta pelos seus direitos, incluindo o de se comunicar. Além de transformar os leitores da revista, o projeto construiu um sistema de produção altamente participativo. Os Conselhos Editoriais Jovens ou Virajovens são formados por voluntários de diversos estados e classes sociais, que participam de todas as decisões do projeto e executam as funções de produção. A estratégia do empreendedor se completa com a relação direta da Viração com o poder público, com os espaços educacionais e os movimentos sociais, que utilizam o conteúdo da revista para elaborar processos pedagógicos que promovem valores humanistas para os jovens.
Feminina	PE	Observatório Negro	Em 2004, a empreendedora fundou o Observatório Negro, visando mudar, através de uma perspectiva de direitos humanos, o cenário do racismo brasileiro. Um racismo velado e que impede a igualdade de direitos para a população negra. O foco do trabalho é trazer a dimensão jurídica para a luta contra o racismo. A legislação divide os casos de racismo em injúria discriminatória e discriminação racial, de causas e conseqüências distintas. Ao longo de sua atuação como advogada popular, a empreendedora percebe sérios problemas na interpretação das leis, que traz a sensação de abandono das vítimas e impunidade nas questões. Com uma equipe de profissionais das áreas do direito, sociologia, psicologia, saúde pública, direitos humanos e relações internacionais, atua com advocacia popular, educando a população negra sobre seus direitos.
Feminina	SP	Centro de Direitos Humanos de Sapopemba	Por meio do Centro de Direitos Humanos de Sapopemba, a empreendedora organiza comunidades de São Paulo para que se unam em casos individuais de violação de direitos em favor de causas coletivas, procurando aproximar a universidade das comunidades para que troquem conhecimentos e, juntos, desenvolvam mecanismos de garantia, acesso e controle de direitos. Paralelamente, cria audiências públicas, aproximando juízes e promotores das comunidades para propor políticas sociais que mudem a realidade de exclusão e violação de direitos. Dentro

			das comunidades populares, o centro une indivíduos para definir causas coletivas de violações. A formação de líderes comunitários, muitos deles jovens, em diferentes temas relacionados aos direitos humanos incentiva a multiplicação desses conteúdos. A partir daí juizes e promotores são convocados para debater os problemas em audiências públicas. É nesse momento que a realidade das comunidades é exposta para que soluções sejam propostas e, depois, monitoradas pelos moradores.
Masculino	SP	Cidade-Escola Aprendiz	O empreendedor social desenvolveu um novo modelo de educação comunitária que se utiliza os espaços do bairro e de sua organização-escola como oportunidades constantes de aprendizagem apoiadas em parcerias com o setor público, privado e com a sociedade civil. Sua organização social Cidade-Escola Aprendiz faz com que todos os espaços do bairro sejam locais de aprendizado, envolvendo diferentes atores. Este trabalho tornou-se referência dentro e fora do país por causa desta integração. Desta experiência, Gilberto também cria um novo ator na sociedade, os educadores comunitários, responsáveis por articular as diferentes organizações em torno do jovem e de seu aprendizado.

Fonte: Tabulação dos cases apresentados no Relatório Anual Ashoka América Latina, 2006.

APÊNDICE A - Carta de Apresentação

Caro Empreendedor Social

É com grande satisfação que o convido a participar desta pesquisa acadêmica!

Através de instituições como **Ashoka, Sebrae e outras instituições ligadas ao empreendedorismo**, foram identificados empreendedores sociais brasileiros para contribuir com uma pesquisa acadêmica (dissertação de mestrado) desenvolvida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC – SP). Sabe-se que o empreendedorismo social ainda é um assunto pouco divulgado e foco de poucas pesquisas acadêmicas no Brasil, daí a relevância desta pesquisa.

Pretende-se através desta pesquisa, além de dissertar sobre as questões atuais relevantes ao tema, traçar um perfil atual dos empreendedores sociais brasileiros e levantar as questões de gênero relacionadas ao empreendedorismo social, através da aplicação de um questionário.

Para tanto, sua participação neste processo é imprescindível assim como a sinceridade em suas opiniões. As respostas serão tratadas com sigilo, não sendo a intenção desta pesquisa, identificá-lo ou traçar opiniões particulares em relação aos dados fornecidos. O questionário anexo faz parte de uma pesquisa cujos resultados irão compor a Dissertação de Mestrado da aluna Renata Cruz, mestranda do curso de Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC - SP), sob a orientação do Professor Dr. Antonio Vico Manhães.

Gostaria de solicitar o retorno do questionário via e-mail, até **30/06/2007**.

Sua participação é fundamental para a realização desta pesquisa.

Agradeço sua atenção e disponibilidade, e coloco-me a disposição para eventuais esclarecimentos.

Cordialmente.

Renata Cruz

Mestranda - Administração de Empresas
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC - SP

13. Você já participou ou participa de alguma forma de trabalho voluntário?

- Sim, participo atualmente. Não, mas já participei.
 Não, nunca participei.

14. Onde atuou ou atua como voluntário?

15. Na sua percepção, existe predominância na atuação como voluntários quanto ao gênero, ou seja, na maioria os voluntários são:

- Masculino Feminino
 Não há predominância de um gênero em relação ao outro na atuação voluntária

16. Qual a área em que desenvolve ações como empreendedor social?

- Desenvolvimento Econômico Direitos Humanos
 Educação Meio Ambiente
 Participação Cidadã Saúde
 Outra: _____

17. O que o levou a optar por esta área? (assinale apenas uma alternativa com sua motivação mais relevante)

- Afinidade pessoal Preocupação com grupo social específico
 Desafio profissional Falta de respaldo do estado para a área
 Relacionada à formação acadêmica/ profissional Relacionada às questões interiores/ emocionais
 Outro motivo:

18. Existe outra área que gostaria de atuar?

- Sim. Não.

19. Se sim, qual a outra área que gostaria de atuar?

- Desenvolvimento Econômico Direitos Humanos
 Educação Meio Ambiente
 Participação Cidadã Saúde
 Outra:

20. Qual a área que você considera que exista um interesse e dedicação maior entre as mulheres? E entre os homens? Assinale abaixo (X), sua opinião sobre o interesse mais concentrado por gênero:

Áreas	Gênero Predominante	
	Masculino	Feminino
Desenvolvimento Econômico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Direitos Humanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Educação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meio Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participação Cidadã	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Saúde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outra		

21. Existe competição no setor social?

- Sim Não

22. Existe competição de gêneros no setor social? (se sim, responda as questões 22 e 23, se não, vá para a questão 24).

- Sim Não

23. Em sua concepção esta competição é:

- Explícita, é perceptível a competição Implícita, a competição existe de forma sutil.

24. Esta competição gera mais:

- Conflitos Bons resultados Crescimento do setor
 Diversidade de soluções Outros

25. Existe alguma restrição quanto à entrada de certo gênero em determinadas áreas de atuação no empreendedorismo social?

- Não há restrição de gêneros em relação ao ingresso a nenhuma área específica.
 Sim, existe distinção de gênero no ingresso em algumas áreas, conforme gêneros e áreas assinalados no quadro abaixo:

<i>Ingresso nas Áreas</i>	<i>Restrição do gênero</i>	
	Masculino	Feminino
Desenvolvimento Econômico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Direitos Humanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Educação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meio Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participação Cidadã	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saúde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outra		

26. Na sua percepção, quais os comportamentos, habilidades e atitudes, o gênero feminino possui como diferencial na atuação como empreendedora social?

- Iniciativa/ pró-atividade Facilidade de comunicação/ oratória
 Conhecimento técnico/ teórico Conhecimento prático/ vivência
 Organização Habilidade em transferir conhecimento/ ensinar
 Gestão de recursos financeiros Gestão de recursos humanos
 Liderança Capacidade de trabalhar em equipe

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Planejamento | <input type="checkbox"/> Capacidade de influenciar pessoas ou grupos |
| <input type="checkbox"/> Sensibilidade/ Intuição | <input type="checkbox"/> Visão estratégica |
| <input type="checkbox"/> Criatividade | <input type="checkbox"/> Negociação com entidades públicas/ governo |
| <input type="checkbox"/> Entusiasmo | <input type="checkbox"/> Negociação com empresas privadas/ empresas |
| <input type="checkbox"/> Envolvimento emocional | <input type="checkbox"/> Capacidade de mobilização |
| <input type="checkbox"/> Energia para múltiplas atividades | <input type="checkbox"/> Foco no objetivo |

27. E os comportamentos, habilidades e atitudes mais observadas no gênero masculino?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Iniciativa/ pró-atividade | <input type="checkbox"/> Facilidade de comunicação/ oratória |
| <input type="checkbox"/> Conhecimento técnico/ teórico | <input type="checkbox"/> Conhecimento prático/ vivência |
| <input type="checkbox"/> Organização | <input type="checkbox"/> Habilidade em transferir conhecimento/ ensinar |
| <input type="checkbox"/> Gestão de recursos financeiros | <input type="checkbox"/> Gestão de recursos humanos |
| <input type="checkbox"/> Liderança | <input type="checkbox"/> Capacidade de trabalhar em equipe |
| <input type="checkbox"/> Planejamento | <input type="checkbox"/> Capacidade de influenciar pessoas ou grupos |
| <input type="checkbox"/> Sensibilidade/ Intuição | <input type="checkbox"/> Visão estratégica |
| <input type="checkbox"/> Criatividade | <input type="checkbox"/> Negociação com entidades públicas/ governo |
| <input type="checkbox"/> Entusiasmo | <input type="checkbox"/> Negociação com empresas privadas/ empresas |
| <input type="checkbox"/> Envolvimento emocional | <input type="checkbox"/> Capacidade de mobilização |
| <input type="checkbox"/> Energia para múltiplas atividades | <input type="checkbox"/> Foco no objetivo |

28. Você participa ou participou de grupos multidisciplinares e heterogêneos para desenvolvimento de ações e/ou projetos sociais?

- Sim Não

29. Se sim, como enquadraria sua experiência nas opções abaixo:

- Conflitiva, quase sempre havia discordância e houve muito desgaste para atingir o objetivo.
- Complementar, apesar de pontos de vista diferentes as idéias foram aproveitadas pois eram elementos que complementavam o trabalho.
- Cooperativa, a diversidade de gênero não foi percebida, apenas um ambiente de cooperação com foco no objetivo da ação/ projeto.
- Competitiva, a competição entre algumas lideranças do grupo era explícita e atrapalhou o desenvolvimento das ações.
- Outra percepção,

30. Como você vê o trabalho homem-mulher para o desenvolvimento de soluções para o âmbito social?

31. Você é um empreendedor social ligado a Ashoka?

- Sim Não

APÊNDICE C – Roteiro de Entrevista

- 1) Algumas pesquisas afirmar que as mulheres são mais propensas ao voluntariado e os homens ao empreendedorismo social. Qual seria sua posição a respeito?

- 2) É percebida a existência de competição no ambiente das organizações sociais? Caso positivo qual seria o principal fator de competição?

- 3) Algumas percepções da pesquisa apontam que em geral as mulheres são mais propensas a atuar como empreendedoras nas áreas de educação e saúde, e os homens nas áreas de desenvolvimento econômico e meio-ambiente. Existe algum motivo especial para isso? É percebida alguma dificuldade de acesso do gênero oposto às áreas onde há esta concentração?

- 4) Há alguma característica, comportamento, habilidade ou atitude específica de um gênero, que diferencie ou complemente a atuação do gênero oposto na atuação como empreendedor social?

- 5) Como você vê a relação entre gêneros dentro de **seu setor de atuação** como empreendedor social?

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)