

CONTRIBUIÇÕES DE PROJETOS PRIVADOS PARA A GARANTIA DO DIREITO AO LAZER POR MEIO DE NEGÓCIOS SOCIAIS E DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL*

Douglas Silva Ribeiro**
Edegar Luis Tomazzoni***

Resumo:

Analisa-se a contribuição de um projeto da iniciativa privada na fundação de negócios sociais e no favorecimento do empreendedorismo social (Austin; Stevenson; Wei-Skillern, 2006; Yunus, 2007). As ações do projeto voltaram-se ao Lazer na comunidade de Paraisópolis, na cidade de São Paulo (SP). A pesquisa também visa verificar a hipótese, de que um projeto de iniciativa privada poderia contribuir para: a fundação de negócios sociais; a educação; o surgimento de empreendedores sociais em lazer; e a fundação de outros negócios sociais que sejam de interesse da comunidade. Realizaram-se revisão bibliográfica, para fundamentar o estudo de caso, e entrevistas com os diretores da organização que atua na comunidade, a “Associação Crescer Sempre”, objeto do estudo, que é resultado de projeto de iniciativa privada. A “Associação Crescer Sempre” contribui para o surgimento de negócios sociais, proporcionando embasamento e capacitação aos empreendedores sociais para o lazer em Paraisópolis. Concluímos que um projeto de iniciativa privada pode efetivamente contribuir para o surgimento de negócios sociais e de empreendedores sociais, voltados à educação, e de outros negócios sociais de interesse da comunidade. Iniciativas privadas podem cumprir papel social, melhorando a qualidade de vida e propiciando alternativas e meios para novos projetos da própria população local, ajudando também na garantia do direito ao lazer.

PALAVRAS-CHAVE: Projetos privados. Lazer. Empreendimento social. Negócio social.

CONTRIBUTIONS OF PRIVATE PROJECTS FOR GUARANTEEING THE RIGHT TO LEISURE, BY MEANS OF SOCIAL BUSINESS AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Abstract:

This paper analyses the contribution from a private sector's project in the creation of social businesses and in the fostering of social entrepreneurship (Austin; Stevenson; & Wei-Skillern, 2006; Yunus, 2007). The project was focused on Leisure in the community of Paraisópolis, in the city of São Paulo, Brazil. The research also aims to verify the validity of the hypothesis that a project from the private enterprise could contribute to: the foundation of other social businesses; education; the emergence of social entrepreneurship focused on leisure, and the foundation of other social businesses of interest of the community. A bibliographic revision was made for the elaboration of this research in order to ground the case study and the interview with the directors of the organization that works in the community, the “Associação Crescer Sempre” (Always Grow Association), object of this study, which is result of actions from the private sector. The “Associação Crescer Sempre” contributes for the emergence of social businesses, providing base and capacitation to the social entrepreneurs willing to work with Leisure in Paraisópolis. We conclude that a project from the private enterprise can effectively contribute to the emergence of social businesses and social entrepreneurs focused on education, and other social businesses of interest of the community, improving the quality of life and propiciating the choice of alternatives and also help in ensuring the right to leisure.

KEYWORDS: Private projects. Leisure. Social entrepreneurship. Social business.

* Artigo aprovado para apresentação no World Leisure Congress 2014, Mobile, Alabama, USA.

** Graduando em Lazer e Turismo e pesquisador na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH), da Universidade de São Paulo (USP).
Em homenagem póstuma especial.

*** Doutor em Ciências da Comunicação com Ênfase em Turismo pela Escola de Ciências e Comunicações (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Docente do Mestrado em Mudança Social e Participação Política, do Mestrado em Turismo e do Curso de Graduação em Lazer e Turismo, na Escola de Artes Ciências e Humanidades (EACH), da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: eltomazzoni@usp.br.

APORTES DE PROYECTOS PRIVADOS PARA GARANTIZAR EL DERECHO A LA LIBRE, POR MEDIO DE LOS NEGOCIOS SOCIALES Y DE LOS EMPRENDEDORES SOCIALES

Resumen:

Se analiza la contribución de los proyectos del sector privado en la fundación de empresas y en favor del espíritu empresarial social (Austin, Stevenson y Wei-Skillern, 2006; Yunus, 2007). Las acciones del proyecto se volvieron hacia el ocio en la comunidad Paraisópolis en la ciudad de São Paulo (SP). La investigación también tiene como objetivo verificar la hipótesis de que un proyecto del sector privado podría contribuir a: la fundación de la empresa social; la educación; el surgimiento de emprendedores sociales en el ocio; y la fundación de otras empresas sociales que son de interés para la comunidad. Se realizó la revisión de la literatura para fundamentar el estudio de caso y se realizaron entrevistas con los directivos de la organización que opera la comunidad, la "Associação Crescer Sempre", que es el resultado del proyecto de iniciativa privada. La Associação "Crescer Sempre" contribuye a la aparición de los negocios sociales, proporcionando antecedentes y la capacitación de los emprendedores sociales en Paraisópolis para el ocio. Se puede concluir que un proyecto del sector privado puede contribuir eficazmente a la emergencia de las empresas sociales y emprendedoras sociales. Se centró en la educación y otros intereses de la comunidad empresarial social. Las iniciativas privadas pueden cumplir el papel social en la mejora de la calidad de vida y proporcionar medios alternativos para nuevos proyectos y para la propia población local y también ayuda a garantizar el derecho al ocio.

PALABRAS CLAVE: Proyectos privados. Ocio. Empresa social. Negocio social.

1. INTRODUÇÃO

A livre tradução da palavra entrepreneurship, que se deriva do francês entrepreneur, que quer dizer empreender, significa ser comprometimento a fazer algo ou a começar algo. Com essa visão, o empreendedor seria a pessoa capaz de gerar resultados efetivos em qualquer área da atividade humana.

De acordo com Melo Neto e Froes (2002, p. 6), empreendedorismo é definido como um processo dinâmico, pelo qual os indivíduos identificam ideias e oportunidades econômicas e atuam para desenvolvê-las, e transformá-las em empreendimentos e, portanto, reunindo capital, trabalho e outros recursos para a produção dos bens e serviços, que estão disponíveis para a sociedade. O empreendedorismo trata-se, portanto, de atividade econômica geradora de bens e serviços para a venda de produtos.

Klerk e Kruger apud Rimoliet et al. (2004) apresentam algumas características principais do empreendedor. Essas são: visão de futuro, capacidade de assumir riscos, prontidão, inovação, criatividade, conhecimento suficiente, determinação, firmeza.

Silva (1988) afirma que empreendedores podem ser voluntários. Esses têm motivação para empreender, seria o empreendedorismo por oportunidade. Mas há também os involuntários, que são forçados a empreender por motivos que não são de sua livre e espontânea vontade, ou seja, o empreendedorismo por necessidade.

O autor apresenta também a existência do empreendedorismo comunitário, que são as maneiras que as comunidades empreendem, e o funcionamento de políticas públicas governamentais para esse setor.

Skane e Ventakaraman (apud Rimoli et al. 2004) fala sobre o relato da elaboração de uma estrutura conceitual para empreendedorismo com foco em dois fenômenos: a existência de oportunidades lucrativas e a presença de pessoas empreendedoras.

Todos esses conceitos sobre empreendedorismo tornam explícitos e enfáticos dois aspectos muito relevantes. Um é a capacidade de assumir riscos, outro é ter atitude inovadora. Esses são essenciais para o desenvolvimento econômico e também a sustentabilidade. Contudo, a visão de futuro, clara e objetiva, é imprescindível, além de fixar metas almeçadas e saber aproveitar as oportunidades, pois empreender é a arte de criar e avançar.

Confiar e ter segurança para obter êxito são características marcantes na personalidade dos empreendedores. O empreendedor costuma ser uma pessoa que desenvolve grandes e importantes atividades. Para o empreendedor, o mais importante é realizar, tornar concreto, fazer. E por isso passa grande parte do seu tempo a resolver problemas.

A presente pesquisa tem como objetivo apresentar uma proposta alternativa para solucionar um dos problemas mais presentes na atual sociedade: a ausência de recursos que visam a auxiliar as minorias sociais a suprirem suas necessidades básicas. O objeto de estudo é a organização de ensino Associação Crescer Sempre, projeto de iniciativa privada mantido pela empresa seguradora Porto Seguro, localizada na comunidade de Paraisópolis, na cidade de São Paulo (SP).

O conteúdo da pesquisa, baseado em estudo de caso único (YIN, 2005; COOK, 2007), apresenta medidas que poderiam ser tomadas por um projeto da iniciativa privada, voltado à educação, para solucionar dois dos principais problemas da comunidade de Paraisópolis, cidade de São Paulo (SP), a educação e o acesso ao lazer.

O conteúdo deste documento servirá como base para outros estudos relacionados a empreendedorismo social, negócios sociais e instiga estudos nesse âmbito que visam à economia criativa para o desenvolvimento social e comunitário que abrangem outras vertentes que compreendem ações sociais, que busquem soluções para as questões da pobreza, no Brasil e no mundo.

2. NEGÓCIOS SOCIAIS: NOMENCLATURAS E CONCEITOS

As nomenclaturas de “negócios sociais”, “empresas sociais”, “Social Business”, “negócios inclusivos”, “For - benefit Organizations”, “empreendimento social ou e “empreendedores sociais” têm sido estudadas e apresentadas de diferentes maneiras por instituições e por diferentes autores do mundo acadêmico, que buscam compreender esse fenômeno social crescente e ampliar registros sobre essa temática.

Segundo Naigeborin (2010), trata-se de campo novo, que evoca diferentes conceituações. A necessidade de maiores experimentos tem sido possível pela colaboração de diversas organizações que atuam nesse campo de negócios.

A instituição “Grameen Bank” (GB), fundada por Muhammad Yunus, também faz uso da nomenclatura “negócios sociais”. E para o GB, os negócios sociais buscam a solução de um problema social, são capazes de gerar receita para cobrir 100% de seus custos e que não permite a distribuição de lucros para seus investidores.

O conceito apresentado pela “Rede de Empreendedores da Ashoka”, que usa, também, a nomenclatura “negócios sociais” define o termo como sendo um negócio que faz uso dos mecanismos de mercado para oferecer maiores benefícios a setores da sociedade que estão excluídos. Segundo a rede, “o negócio social é um meio e não um fim em si mesmo” (ASHOKA, 2014).

A Artemisia adota também o termo negócios sociais. Para a organização Artemisia um negócio social tem iniciativas que são economicamente rentáveis e que por meio da sua atividade principal oferece soluções para problemas sociais e/ou ambientais, utilizando os mecanismos de mercado (ARTEMISIA, 2014)

Já a Fundación Avina, faz uso da nomenclatura “negócios inclusivos” e o conceito é exposto de maneira semelhante ao de Artemisia e da Ashoka. Para a Fundação Avina (2014) negócios inclusivos são iniciativas economicamente rentáveis, que utilizam mecanismos de mercado para melhorar a qualidade de vida das pessoas de baixa renda, permitindo, também, sua participação na cadeia de valor ou seu acesso a serviços básicos essenciais de melhor qualidade ou a menor preço.

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) também utiliza a nomenclatura “negócios Inclusivos”. Para esse órgão, negócios inclusivos são atividades que envolvem os pobres no processo de desenvolvimento econômico, no âmbito da demanda, como clientes e consumidores, e no âmbito da oferta, como empregados, produtores e donos de negócio, e em vários pontos da cadeia de valor. Acrescenta-se aqui que no que se trata da demanda, os clientes buscam os produtos que lhes interessam e que são essenciais para a sociedade.

Outro termo utilizado é o for-benefit organizations, citado pelo “Fourth Sector”. O for-benefit organizations diz que o fourth sector (quarto setor), integra impacto social, ambiental e estratégias de negócio, inclui elementos de governança inclusiva, transparência na prestação de

contas, compensações justas, responsabilidade ambiental, serviços comunitários e lucros destinados ao bem comum.

3. TRÊS PERSPECTIVAS DE NEGÓCIOS SOCIAIS NO MUNDO

Com base em Comini e Souza (2012), alguns dos termos utilizados na atualidade para fazer menções à instituições que visam resolver problemas sociais com eficiência e certa sustentabilidade financeira fazendo uso de mecanismos de mercado são: Empresas Sociais; Negócios Inclusivo; e Negócios Sociais.

Na literatura sobre a temática encontram-se três tendências principais, que explicam negócios sociais. Ainda de acordo com Comini e Souza (2012), a perspectiva européia está relacionada à tradição de economia social (associações e cooperativas) e enfatiza o papel da sociedade civil com funções públicas a perspectiva americana, que busca entender primeiramente as organizações privadas que se dedicam a resolver problemas sociais e a terceira e não menos importante: a de países em desenvolvimento. Essa enfatiza as questões de negócios que buscam reduzir a pobreza e transformar, melhorar, as condições sociais dos indivíduos marginalizados ou excluídos.

3.1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL E COMERCIAL: DIVERGÊNCIAS ENTRE OS INTERESSES COMERCIAIS E SOCIAIS

Segundo Fischer e Souza (2012), uma das discussões sobre o conceito de Empreendedorismo Social é de que ele é relativamente um novo elemento que compõe a Teoria das Organizações. O referido conceito agrega a criação de instituições que fazem uma junção entre o que se quer socialmente e economicamente.

As autoras declaram que essas instituições se diferem das empresas tradicionais porque o foco é atender às necessidades específicas que atingem as camadas menos favorecidas da população.

Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), discutem algumas das distinções fundamentais entre empreendedorismo social e comercial, definidas pela gestão empresarial e pela motivação pessoal, como um dos passos para o desenvolvimento da teoria sobre empreendedorismo social (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006).

O empreendedorismo social, para esses autores, refere-se a uma atividade de inovação, com foco nos objetivos sociais em diversos segmentos de mercado. Pode ser ele o for-secutor, sem fins lucrativos, os empreendimentos comerciais para fins sociais, o empreendedorismo social empresarial (apud, Austin et al., 2004), ou o setor que não visa a nenhum lucro, podendo atingir a todos os setores.

Para Thompson (2002), o empreendedorismo social trata-se do fenômeno da aplicação de conhecimentos de negócios e habilidades de mercados baseadas no setor

sem lucratividade, da mesma forma que organizações sem fins lucrativos desenvolvem estratégias inovadoras para gerar renda.

Zadek e Thake (1997) afirmam que o comum em todas as definições do empreendedorismo social é que a unidade subjacente para é a criação de valor social, invés de riqueza pessoal e de acionistas. Além de que, a atividade é caracterizada pela inovação, ou a criação de algo novo, em vez de simplesmente replicar de empresas ou práticas já existentes.

O objetivo fundamental dessas ações de empreendedorismo social é a criação de valor social para o bem público comum, na medida em que o empreendedorismo comercial visa criar rentabilidade nas operações, resultando em ganhos particulares.

3. METODOLOGIA

O método aplicado para realizar esta pesquisa foi o estudo de caso único e a técnica utilizada para a obtenção de resultados foi a entrevista. Yin (1989) salienta que se em um estudo de caso único o caso estudado, representa um caso crítico ele irá afetar diretamente uma teoria bem formulada e servirá de teste para confirmá-la, negá-la ou ampliá-la. Pode representar também um caso extremo e talvez único ou um caso revelador que não podia ser investigado anteriormente e, desta forma, se constituir em objetos válidos para novos estudos.

A entrevista visava a levantamento formal que, segundo o mesmo autor, é mais estruturada e pode ser considerada componente de um estudo de caso. Essa entrevista ocorreu de forma espontânea. Com base em Yin (2005) e Cook (1987), a entrevista de forma espontânea permite tanto a indagação para responder questões chaves sobre fatos quanto pedir a opinião e interpretação dos entrevistados sobre determinados assuntos ou eventos, podendo as proposições ser utilizadas como base para uma nova pesquisa.

Agendou-se uma entrevista com a diretora da instituição Associação Crescer Sempre e com o diretor do Ensino Médio da instituição para que se conseguissem as informações necessárias que dariam consistência ao trabalho, a fim de confirmar ou não as hipóteses iniciais.

Formularam-se, com um roteiro semi-estruturado, três perguntas abertas aos entrevistados. Todas diretas e que exigiam respostas completas. Não havia tempo de resposta estipulado, a fim de que os entrevistados ficassem à vontade para falar o quanto quisessem e pudessem, além de que, essa era a melhor maneira de obter resultados mais confiáveis e com maior riqueza de detalhes.

Todas as perguntas e respostas foram gravadas por completo em um aparelho celular e os trechos principais foram, também, anotados em um caderno. Gravar o diálogo é, nesse caso, mais eficiente para não perder nenhum detalhe das informações. Anotar os trechos considerados

mais importantes favoreceu para identificar nos discursos o que estava sendo pedido como resposta.

Esse procedimento possibilitou a compreensão do funcionamento da instituição, desde sua fundação até os dias atuais e, principalmente, conseguir dados para a elaboração deste trabalho.

A análise de conteúdo e a análise do discurso são métodos qualitativos utilizadas nesse trabalho, a fim de interpretar o conteúdo dos textos e documentos, orientando-se por critérios como: contexto, objeto ou corpus, sujeitos entrevistados, questões formuladas, objetivos da pesquisa, subjetividade e isenção científica do pesquisador (BARDIN, 1977; BARROS e LEHFELD, 1991; MORAES, 1994).

Além destas, a observação direta e a história oral também fizeram parte dos procedimentos. A história oral prioriza, "através da construção de fontes e documentos, registrar as narrativas induzidas e estimuladas, testemunhos, versões e interpretações sobre a História em suas múltiplas dimensões: factuais, espaciais, conflituosas, consensuais" (DELGADO, 2006, p. 21). O trabalho com a história oral, para Alberti (2004), consiste no registro de depoimentos de caráter histórico e documental com atores ou testemunhas de acontecimentos, fatos, modos de vida da história contemporânea. A memória é a matéria-prima privilegiada.

4. RESULTADOS

Os resultados obtidos, de acordo com as respostas fornecidas, deram base a novas idéias, que podem contribuir para a fundação de negócios sociais de longo prazo, auxiliados por projetos de iniciativas privadas.

4.1. O SURGIMENTO DA ASSOCIAÇÃO CRESCER SEMPRE

O objeto de estudo é a instituição de ensino Associação Crescer Sempre, um projeto de iniciativa privada mantido pela empresa Porto Seguro Seguros. Localizada na comunidade de Paraisópolis (SP), essa organização foi criada, em 1997, para atender à demanda de educação pré-escolar na comunidade, pois se notou que mais da metade dos alunos que ingressavam na 1ª série (atual segundo ano) do Ensino Fundamental não tiveram acesso a esse nível escolar. O programa começou com um projeto chamado "Educação em Parceria", em 1991, que tinha como objetivo contribuir para a melhoria da qualidade do ensino das escolas públicas e estaduais de Paraisópolis.

Essa iniciativa começou atendendo duas escolas e, em razão dos excelentes resultados ao longo dos anos, houve a possibilidade da ampliação do convênio com mais duas, totalizando, na atualidade, quatro escolas estaduais dentro da comunidade.

Os investimentos em educação desse projeto da iniciativa privada continuaram. No ano de 2008, iniciou-se nas dependências da Associação Crescer Sempre o projeto

de Ensino Médio, para que os moradores da comunidade tivessem acesso à educação básica de maior qualidade. A Crescer Sempre contratou os serviços da rede de ensino Pueri Domus para realizar essa tarefa de preparar os estudantes da unidade para o vestibular, para a vida fora da escola e o mundo do trabalho.

A instituição tem diversos projetos que atendem à comunidade, além dos de educação infantil, parceria e ensino médio. Há também cursos profissionalizantes, educação para adultos e alguns cursos de prática cultural, como aulas de violão.

Em outras palavras, a Associação Crescer Sempre, é mantida pela Porto Seguro Seguros e desenvolve, na comunidade, vários programas para a educação, escola de Educação Infantil, ensino Médio (Pueri Domus), cursos profissionalizantes, formação complementar (educação para adultos), educação em parceria (uma rede com escolas estaduais de Paraisópolis onde eles auxiliam com uniformes e materiais) e preparação para provas de bolsas de estudos para o ensino médio, em parceria com o projeto PAES (Programa de Apoio às Escolas de Paraisópolis). Esse projeto atende os alunos que estão cursando a 8ª série (atual nono ano) das escolas públicas da região com aulas de reforço e preparação para tentativas de bolsas em colégios particulares parceiros de Paraisópolis (Visconde de Porto Seguro, Santo Américo e o Pueri Domus Crescer Sempre).

4.2. A ASSOCIAÇÃO CRESCER SEMPRE E PARAIÓSÓPOLIS

O projeto educacional da Associação Crescer Sempre já foi procurado, segundo a diretora da Instituição, por órgãos internacionais para entenderem melhor como funciona e possivelmente adotar a ideia.

De acordo com as respostas dadas durante a entrevista, pela diretora da instituição, para que o projeto seja multiplicado deve haver uma “ação social da comunidade”. Os atores sociais devem cobrar das empresas e dos governantes melhoras e mais projetos no âmbito da educação e o que mais for almejado.

Além da ideia se multiplicar a ação educacional, é possível recorrer à iniciativa privada para adquirir recursos que contribuam para o surgimento de empreendedores sociais.

Multiplicação dos serviços disponíveis, incentivo à comunidade e aos beneficiários desses projetos, oferecidos pela instituição, para darem continuidade, inspiração aos atores sociais, trabalhos com bons resultados para serem aplicados em longo prazo, resultados positivos e continuidade dos serviços, ações empresariais e conscientização para que os atores sociais busquem o que desejam, foram pontos citados pela diretora como essenciais para expandir a ideia do projeto educacional.

Ainda nessa perspectiva, contemplam-se orientações que visam a atender os anseios dos futuros empreendedores e instruir com programas se mensuração

dos impactos sociais causados.

4.3. A CONTRIBUIÇÃO DA ASSOCIAÇÃO CRESCER SEMPRE, PORTO SEGURO SEGUROS E O PUERI DOMUS - CRESCER SEMPRE

Discutiu-se após a pergunta “Como a Crescer Sempre, a Porto Seguro Seguros e o Pueri Domus Crescer Sempre poderiam contribuir para o surgimento de negócios sociais?”, a importância dos negócios sociais para o desenvolvimento de Paraisópolis e dos moradores, bem como se a instituição era ou não um negócio social e porque.

Revisaram-se os conceitos e algumas características dos negócios sociais para uma arguição mais consistente (YUNUS, 2007). É importante ressaltar que um projeto de iniciativa privada não é um negócio social, pois os negócios sociais, com base em Yunus, são iniciativas que buscam a solução de um problema social capazes de gerar receita para cobrir 100% os seus custos e que não permitem a distribuição de lucros para seus investidores, o que não ocorre em projetos de iniciativa privada.

A rede Artemisia, diz que um negócio social tem como características:

Vender um produto ou serviço que contribui para melhorar a qualidade de vida da população de baixa renda; esse produto ou serviço principal é capaz de sustentar financeiramente a empresa, de forma que ela não dependa de doações ou captação de recursos para as suas operações; apresenta inovação no modelo de negócio (por exemplo, no modelo de distribuição, no produto ou serviço, no sistema de precificação); tem potencial de alcançar larga escala e operar de maneira eficiente; há comprometimento do empreendedor e sua equipe em melhorar a qualidade de vida da população de baixa renda (ARTEMISIA, 2014, s/p).

Apesar de um projeto de iniciativa privada não gerar lucros aos investidores, visar a resolver um problema social e a atender uma das camadas mais carentes da sociedade, ele não pode ser considerado um negócio social.

Um projeto de iniciativa privada depende do mantenedor para funcionar, ele não é autossuficiente. Não vende nenhum produto, mas torna algum produto acessível à população de baixa renda. Pode ou não depender de doações, além das que o mantenedor dispõe.

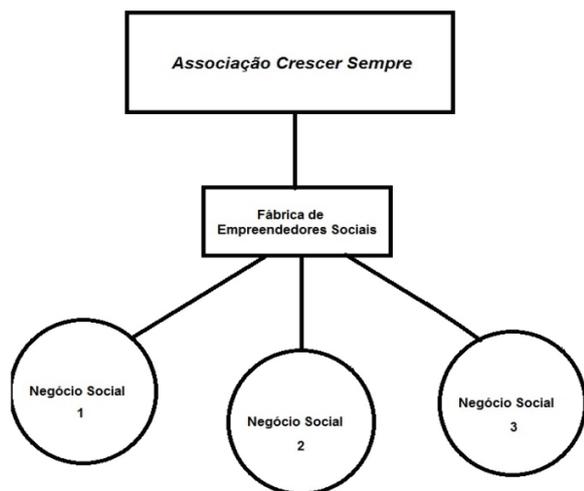
Apesar de melhorar a qualidade de vida dos beneficiários, de maneira direta ou indireta, o projeto em si não gera renda e nem tende a isso, possibilitando, assim, que os atores sejam autossuficientes e se desenvolvam economicamente. E o contrário disso é a ideia do negócio social.

Apresentaram então, a diretora da instituição e o diretor do ensino médio, as maneiras que poderiam contribuir para o a criação de negócios sociais. Primeiramente,

com o suporte do *knowhow*. Depois, com incentivo ao empreendedorismo, a preparação dos atores; e auxílio na avaliação dos resultados para darem continuidade ao projeto e seu respectivo progresso.

Para dar complemento às propostas dos entrevistados, apresentou-se um “modelo” de como poderia ser e acrescentaram-se algumas ideias com sugestões fictícias.

Figura 1: Modelo de a Associação Crescer Sempre poderia contribuir para dar origem aos negócios sociais e empreendedores sociais



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Esse modelo representa a ação da Instituição nessa proposta. A crescer Sempre é sede com estrutura adequada para as atividades. O capital intelectual; os equipamentos; o dinheiro para os investimentos; profissionais capacitados para auxiliarem os novos empreendedores sociais. Não está presente no modelo a Porto Seguro Seguros e o Pueri Domus, porque a instituição representa todos.

A incubadora de empreendedores sociais é o espaço que pode ser criado para as oficinas de capacitação com os atores. É o local de planejamento, troca de informações e aprendizados. Seria a “nave-mãe”.

Os negócios sociais 1, 2 e 3 são, respectivamente, os resultados gerados. Após aprenderem o como fazer, os empreendedores devem começar a por em prática os conhecimentos adquiridos, sendo na educação, lazer, entretenimento, cultura, arte, alimentação ou outros afins. Isso contribuirá para que eles se desenvolvam em todos os aspectos e, tendam a melhorar a qualidade de vida da população de baixa renda. Principalmente, no que se refere aos aspectos socioeconômicos.

Como complemento ao que foi anteriormente apresentado pelos diretores da instituição, pontuaram-se questões que devem ser pensadas para melhor planejamento e gestão dos negócios, como “De onde virão os materiais?”, “Quanto vai custar?”, “Onde eles vão estar instalados”.

Pensando nisso, argumentou-se que “todo início precisa de ajuda”. Portanto, a Crescer Sempre poderia

auxiliar com doações de materiais no caso da educação, como mesas e cadeiras, lousas, canetas (gizes) e estrutura física inicial. Em outras vertentes, ajudaria a conseguir de outras fontes, fazendo captação de recursos.

Os moradores procurariam os serviços por estarem localizados na comunidade e terem como referência a qualidade do ensino da Crescer e do Pueri. A marca de ambas traria maior visão pelos moradores que podem ter acesso a um ensino de qualidade por um preço acessível e sem custo de transporte para locomoção. Nos outros aspectos seria novidade, mas se mantivessem a marca, certamente, teriam maior credibilidade.

O valor dos serviços e produtos deverá ser estabelecido entre os empreendedores para que tenham condições de manutenção e sustento do negócio social e autopromoção pessoal, melhorando suas condições de sobrevivência e seu desenvolvimento econômico.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade de empreendedorismo social e a criação de negócios sociais são sem dúvidas um dos melhores meios para reduzir os problemas de pobreza no mundo. Existem diversos projetos espalhados pelos continentes que têm obtido sucesso e apresentado eficiência para resolver os problemas proposto, mas poucos, ou quase nenhum, estão voltados ao lazer.

Muhammad Yunus, fundador do Grammem Bank, ao criar seu programa de microcréditos com um negócio social, causou, imagina-se que sem querer, uma revolução que está mudando as questões econômicas mundiais.

Além do Grammem Bank, existem outros exemplos de negócios sociais, que devem servir como base para o mundo. Yunus diz em documentário “Quem se importa?”, que “a pobreza não é um problema local, mas um problema global e não depende somente dos nossos governantes para que essa realidade mude”.

Um projeto de iniciativa privada pode sim contribuir para o surgimento de negócios sociais. Os ideais dos projetos de iniciativa privada e negócios sociais são inicialmente os mesmos: suprir uma necessidade básica da sociedade; atender a população de baixa renda; e desenvolver socialmente o local em que atua, melhorando as condições de sobrevivência das pessoas.

Se separados os resultados são bons, em conjunto podem ser excelentes. Como dito pela diretora da Associação Crescer Sempre, Terezinha Paladino, compete aos moradores das comunidades ir atrás das melhorias. Eles devem pedir aos grandes investidores e aos governantes as mudanças e aplicações que são mais pertinentes aos seus interesses. Isso deve ser de forma organizada para que não haja conflito de interesses, e a situação continue a mesma.

Ressalta-se aqui que em Paraisópolis a educação é só um dos problemas da comunidade. O lazer, a cultura

e outros direitos básicos são outros problemas a serem resolvidos e nichos interessantes para se pensar também com economia criativa, assim como em diversas partes do mundo. Resolvendo-se esses problema, a comunidade não pode acomodar-se, eles devem ir à busca de outras melhorias que imaginam ocorrer, pois como moradores, sabem exatamente do que a comunidade precisa e então os investimentos não serão em vão e podem favorecer mais de metade da população.

No mesmo documentário, Yunus afirma que “cabe a nós construirmos o mundo em que queremos viver”. Possivelmente, assim como Martin Luther King, todos tenham o sonho de viver em um mundo melhor e sem pobreza. Não se deve perguntar ao seu país o que ele tem feito por você, mas o que você pode fazer por ele, disse John F. Kennedy, ex-presidente dos Estados Unidos. Todos os membros da sociedade civil organizada têm o compromisso com a ética e a cidadania que favorecerão grandes mudanças em diversas situações de privações sociais.

REFERÊNCIAS

- ACHOKA Brasil. Disponível em < <http://brasil.ashoka.org/>>. Acessado em 10 de setembro de 2014.
- ALBERTI, V. *Ouvir, contar: Textos em história oral*. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- ARTEMISIA. Disponível em <<http://www.artemisiam.org.br/>>. Acessado em 10 de setembro de 2014.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*, v. 30, n. 1, p. 1-22, 2006.
- AVINA – Fundação Avina. Disponível em <<http://www.avina.net/por/>>. Acessado em 13 de setembro de 2014.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1997.
- BARROS, A. & LEHFELD, N. *Projeto de pesquisa: propostas metodológicas*. Petrópolis: Vozes, 1991.
- COMINI, G.; BARKI, E.; AGUIAR, L. T. A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis. *Revista de Administração* (São Paulo), v. 47, n. 3, p. 385-397, 2012.
- COOK, S. W. *Métodos de pesquisa nas relações sociais: delineamentos de pesquisa*, 1987
- DA SILVA, P. C. R. Práticas sustentáveis de empreendedorismo social. Disponível em [https://www.google.com.br/?gws_](https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=DA+Silva%20A1+veis+de+empreendedorismo+social)
- rd=ssl#q=DA+Silva%20A1+veis+de+empreendedorismo+social>. Acessado em 15 de julho de 2014.
- DEES, J. G. Enterprising Nonprofits. *Harvard Business Review*, January-February, 1998.
- DEHEINZELIN, L. Economia criativa e empreendedorismo cultural. Disponível em <http://www.duoarte.com/aaesc/wp-content/uploads/2012/01/2005-ene_acult_economia-criativa-e-empreendedorismo-cultural.pdf>. Acessado em 5 de dezembro de 2013.
- DELGADO, L. A. N. *História oral: memória, tempo, identidades*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- FAIRCLOUGH, N. Teoria social do discurso. In: FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora da UnB, 2001.
- GODÓI-DE-SOUSA, E., & FISCHER, R. M. The succession process at social enterprises in Brazil. *Revista de Administração* (São Paulo), 47(3), 2012, 473-488.
- MANCINI, R. F.; YONEMOTO, H. W. Considerações acerca do empreendedorismo social no desenvolvimento da sociedade sustentável. *ETIC – Encontro de Iniciação Científica*. Vol. 6, No 6 (2010). Disponível em <<http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/ETIC/issue/view/37>>. Acessado em 05 de Dezembro de 2013.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C. *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- NAIGEBORIN, V. *Negócios Sociais: um modelo em evolução*. São Paulo. Artemisia, Ago. 2010.
- NASSER, J. M. *Comunidades de desenvolvimento*. Avia Internacional, 2002.
- OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. *Revista da FAE*, v. 7, n. 2, p. 9-18, 2004. Disponível em <http://cac.php.unioeste.br/projetos/casulo/docs/art_fae.pdf> Acessado em 5 de dezembro de 2013.
- RIMOLI, C. A., ANDREASSI, T., GOUVÊA, R., ZANATTA, J. B. Reflexões sobre empreendedorismo: estudo de casos de empresas de sucesso e insucesso. In: *Anais do XXVIII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração*, Curitiba, 2004.
- YIN, R. K.; Grassi, D. *Estudo de caso*. São Paulo: Bookman, 2005.

YUNUS, M. *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism*. Public Affairs Store, 2007.

Recebido em 10 de setembro de 2014

Aprovado, em sua versão final, em 19 de setembro de 2014

Texto convidado.