

PERFIL DO EMPREENDEDOR SOCIAL: UMA CONTRIBUIÇÃO DOS GESTORES DE INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

SOCIAL ENTREPRENEUR PROFILE: A CONTRIBUTION OF NONPROFIT INSTITUTIONS MANAGERS

José Wilton Fonseca da Silva*

Suelen Moreira Oliveira**

RESUMO

O empreendedorismo social é coletivo, pois sua função é produzir bens e serviços para uma determinada comunidade. Seu maior foco é a busca de soluções para os problemas sociais, visando resgatar pessoas da situação de vulnerabilidade social e promovê-las. Sua medida de desempenho é o impacto social. O objetivo deste trabalho é: identificar o perfil empreendedor social dos gestores envolvidos com organizações sem fins lucrativos, na cidade de Santo Antônio de Jesus-Ba. Quanto à metodologia, foi realizada uma pesquisa exploratória através da aplicação de questionários aos gestores das ONGs, o que possibilitou identificar o perfil empreendedor e o seu comportamento no terceiro setor. Conclui-se que a característica predominante desses empreendedores é o conhecimento profundo do negócio social. Como também: saber captar recurso, ser inovador e inteligente, saber negociar, ter agilidade, saber trabalhar em equipe e entender a ONG como um todo, ter iniciativa e ser criativo, ser participativo, ser flexível.

Palavras-Chave: Mazelas sociais. Terceiro Setor. ONGs. Novas Tecnologias.

ABSTRACT

Social entrepreneurship is collective, since its function is to produce goods and services for a particular community. Its main focus is the search for solutions to social problems aiming to rescue people from socially vulnerable and promote them. Its performance measure is the social impact. The objective of this work is: Identify the profile of the social entrepreneur of the managers involved with non-profit organizations in the city of Santo Antônio de Jesus, Bahia. As regards the methodology, it was conducted an exploratory research through the application of questionnaires for managers of Ngos, which enabled us to identify the entrepreneurial profile and their behavior in the third sector. It is concluded that the predominant characteristic of these entrepreneurs is the deep knowledge of social business. As also: knowing capture feature, be innovative and clever, know how to negotiate, have agility, learn to work in teams and understand the NGO as a whole, have initiative and be creative, be engaging, be flexible.

Keywords: Social ills. Third sector. NGOs. New Technologies.

* Instituto Federal do Mato Grosso do Sul, Dourados-MS. admwilton@gmail.com

** Instituto Federal do Mato Grosso do Sul, Dourados-MS. suellen_oliveira@hotmail.com

Introdução

Atualmente, o avanço tecnológico exige um número cada vez maior de empreendedores qualificados e dinâmicos. Portanto, a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não apenas como um modismo. Dornelas (2001) explica que o empreendedorismo está diretamente ligado à mudança nas concepções administrativas ocorridas a partir do século XX e, mais especialmente, nas últimas duas décadas deste.

Segundo o autor, historicamente, o empreendedorismo advém da França e se refere “aquele que assume riscos e começa algo novo” (DORNELAS, 2001, p. 19). Na idade média, o termo era designado para aquele que gerenciava grandes projetos. Já no século XVIII, houve uma diferenciação entre capitalista e empreendedor e, nos séculos XIX e XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores. O empreendedorismo deriva do termo em inglês “entrepreneurship”, ou seja, algo novo ou desconhecido.

Schumpeter (1985) enfatiza na Teoria do desenvolvimento econômico a necessidade do empreendedor inovador, como sendo o agente percussor da mudança econômica, ofertando produtos e inovações que atenda a necessidade dos consumidores e ao mesmo tempo impulsiona o desenvolvimento econômico.

O conceito de empreendedorismo social se refere às ações do indivíduo em prol do coletivo, pois sua função é produzir bens e serviços para a uma determinada comunidade. Seu maior foco é na busca de soluções para os problemas sociais, no intuito de resgatar pessoas da vulnerabilidade social, promovendo ações que possam retirá-las da condição de sub-existência. Sua medida de desempenho é o impacto social (BRITO, 2005). Os economistas identificam empreendedor como agente responsável pela inovação e desenvolvimento econômico, conforme estudos de Schumpeter (1985).

Mas para isso, é necessária uma análise mais aprofundada do comportamento do empreendedor, para responder aos seguintes questionamentos: Quem é o empreendedor? Como reconhecê-lo? Nascem prontos? Como formá-los? É possível transformar uma pessoa em empreendedor de sucesso? Algumas pessoas são empreendedoras inatas? E outras, podem adquirir tais características? Nesse aspecto, o empreendedorismo passou a ser de interesse também para os estudiosos do comportamento humano (DAVID, 2004).

Nesse contexto, a pesquisa tem como problema norteador: Qual o perfil empreendedor social dos gestores envolvidos com organizações sem fins lucrativos na cidade de Santo Antônio de Jesus-Ba?

Dessa forma, a realização da pesquisa poderá proporcionar maior conhecimento sobre empreendedorismo social e o comportamento empreendedor dos gestores sociais da cidade de Santo Antônio de Jesus. Isso ocorre porque o tema empreendedorismo é tratado com muita ênfase pelo campo da administração, que busca novos conceitos e valores. Além disso, será um material de apoio aos estudos de empreendedorismo para as instituições públicas, que implantem incubadoras sociais.

Desenvolvimento

Diante dos aspectos da pobreza brasileira, muitas vezes, a presença do estado se torna necessária, porém insuficiente, uma vez que a preocupação com as mazelas sociais é escassa por parte do governo. O poder público não demonstra ter condições de realizar significativamente o desenvolvimento da sociedade. Surgindo assim, um grande crescimento de organizações não-governamentais, sem fins lucrativos em todo Brasil.

O terceiro setor em Santo Antônio de Jesus, vem ganhando espaço e se caracterizando como um conjunto de organizações e iniciativas privadas sem fins lucrativos, que visam à produção de bens e serviços públicos. Ganhando, deste modo, força como agente colaborador na busca de soluções dos problemas socioeconômicos do entorno, como: a fome, má distribuição de renda, exclusão social, insegurança, políticas públicas insuficientes, entre outros.

Por trás de muitos benefícios realizados em prol das ações sociais, é oportuno identificar se esses gestores têm perfil empreendedor. Visando com isso, estimular a cultura do empreendedorismo em sua gestão, para torná-las mais eficientes e contribuir com o desenvolvimento sustentável local.

Diante deste contexto, é necessária a realização de uma pesquisa, para auxiliar os gestores das ONGs, de Santo Antônio de Jesus, a desenvolver suas habilidades empreendedoras. A proposta é agregar conhecimentos em sua gestão e, com isso, auxiliar no desenvolvimento da região. Para ajudar neste processo, é essencial uma pesquisa que primeiro avalie o perfil e característica empreendedora e, em seguida, maximize as oportunidades e pontos fortes.

Uma vez que as motivações entre os empreendedores são diferentes entre si, cada um busca o seu melhor: uns se preocupam em obter sucesso e se manterem no auge do seu empreendimento, outros têm desejo de mudar o mundo e há também aqueles que trazem ótimos retornos.

Filion (1999, p.19) afirma que a definição para empreendedor é alguém que introduz combinações novas, enquanto causa descontinuidade. Ao mesmo tempo, o autor critica o fato de apenas substituir o termo “empresário” pelo termo “descontinuado”, sem que nada de novo seja agregado. O Empreendedorismo pode ser uma oportunidade de construção do primeiro emprego.

O empreendedorismo social não está ligado só ao meio social, mas também às formas de organização de cada empresa: como se portar no âmbito social e empresarial, como são suas metodologias gerais e o seu funcionamento em si. Toda empresa tem meios de empreendedorismos diferentes e diversificados. Porém, todas atuam no meio social com clareza, obras e projetos sustentáveis às pessoas que necessitam. E podem ser identificadas nas organizações sem fins lucrativos, sendo exemplo de empreendedorismo social.

O quadro 1 sintetiza a diferença entre o empreendedorismo privado e o social.

Quadro 1: Comparação do Empreendedorismo

Comparação entre Empreendedorismo	
PRIVADO	SOCIAL
É individual	É coletivo
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para a comunidade
Foco no mercado	Foco na busca de soluções para os problemas sociais
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o impacto Social
Visa satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las

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

Com base no quadro 1, Melo Neto e Froes (2002), analisam o perfil do empreendedor social, e afirmam que:

[...] não é qualquer um que pode ser um empreendedor social. O empreendedorismo social é um misto de ciência e arte, racionalidade e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável, utopia e realidade, força inovadora e praticidade (MELO NETO; FROES, 2002, p. 34).

Para Vieira e Gauthier (2000, p. 8):

[...] os empreendedores sociais são aqueles que criam valores sociais através da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, visando o desenvolvimento social, econômico e

comunitário [...] têm a visão, a criatividade, e a determinação para redefinirem os seus campos [...] são os pioneiros na inovação de soluções para os problemas sociais e não podem descansar até mudarem todo o modelo existente da sociedade.

Em suma, o empreendedor tem visão, observa os acontecimentos e consegue visualizar o futuro. Assim, percebe oportunidades e através do planejamento, inova, chega à frente da concorrência, cria um diferencial para sua empresa. Tudo isso, no entanto, não pode ser concretizado sem haver uma análise coerente do que ocorreu, de como está o mercado e o negócio no presente. E, isso somente se dá, se a organização mantiver registros, estratégias e planos.

Para Oliveira (2008), o perfil do empreendedor social caracteriza-se com a descrição do Quadro 2, em que é identificado o comportamento do empreendedor social.

Quadro 2: Perfil do Empreendedor Social

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	COMPETÊNCIA	POSTURAS
<ul style="list-style-type: none"> • Saber aproveitar as oportunidades. • Ter competência gerencial. • Ser pragmático e responsável. • Saber trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais 	<ul style="list-style-type: none"> • Ter visão clara. • Ter iniciativa. • Ser equilibrada. • Participação. • Saber trabalhar em equipe. • Saber negociar. • Saber pensar e agir estrategicamente. • Ser perceptivo e atento aos detalhes. • Ser ágil. • Ser criativo. • Ser crítico. • Ser flexível. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser visionário. • Ter senso de responsabilidade. • Ter senso de solidariedade. • Ser sensível com os problemas sociais. • Ser persistente. • Ser consciente. • Ser competente. • Saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser inconformado e indignado com a injustiça e a desigualdade. • Ser determinado. • Ser engajado. • Ser comprometido e leal. • Ser ético. • Ser profissional. • Ser transparente. • Ser apaixonado pelo que faz (campo social).

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	COMPETÊNCIA	POSTURAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Ser focado. • Ser habilidoso. • Ser inovador. • Ser inteligente. • Ser objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Saber correr riscos calculados • Saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos. • Saber interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade. • Saber improvisar. • Ser líder. 	

Fonte: Elaborada pelo autor a partir de Oliveira, 2008.

O perfil relatado no Quadro 02, ressalta a importância de identificar as características do indivíduo e, em seguida, propor estratégias para melhorar as habilidades empreendedoras. Há uma discussão em torno do empreendedorismo: alguns teóricos

afirmam a existência do empreendedor nato e há aqueles que defendem a possibilidade de desenvolver as características empreendedoras de um indivíduo. Nos dois contextos, é oportuno identificar essas habilidades.

Segundo Pereira (2006), o estudo do terceiro setor provoca diferentes discussões, existindo, assim, diversas características, como: diferenciação do primeiro e segundo setor, abrangência, finalidade ou natureza jurídica das organizações que o compõe.

Para Pereira (2006) não fazem parte do terceiro setor as organizações governamentais (primeiro setor), as organizações lucrativas (segundo setor), as cooperativas, os partidos políticos, os sindicatos, os serviços sociais autônomos e as organizações religiosas. Justamente, por possuírem finalidade, natureza e legislações específicas.

Hoje em dia, o terceiro setor conta com leis complementares, leis ordinárias, decretos-lei, medidas provisórias, decretos, resoluções e portarias. As leis se aplicam na criação das pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos, registros e certificados, obrigações previdenciárias, direito tributárias, relações de trabalho, contratos, captação de recursos, convênios e extinção das entidades civis. Essas organizações do terceiro setor são regidas pela Lei nº 10.402/02 do código civil - artigos 44 a 52 (normas gerais); artigos 53 a 61 (associações); artigos 62 a 69 (fundações); e artigos 2.031, 2.033 e 2.034 (adaptação ao Código Civil) (ALBUQUERQUE, 2006).

A divergência sobre o conceito do terceiro setor está relacionada à pouca existência de trabalhos de pesquisas sobre as organizações sem fins lucrativos no Brasil. Ficando além da denominação terceiro setor, encontram-se outras denominações: setor de caridade, setor independente, setor voluntário, organizações não-governamentais, economia social, filantropia ou setor filantrópico, entre outros (ALVES, 2006).

Drucker (1994) destaca a importância do Terceiro Setor para a formação pessoal dos indivíduos em relação à conscientização, para a ajuda ao próximo e para o aumento do bem-estar da população. A Lei 9608/98 destaca o empreendedorismo social como:

[...] trabalho voluntário à atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza, ou a Instituição Privada de fins não lucrativos que tenham objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social. A lei estabelece que o trabalho voluntário deve ser previsto em contrato escrito, destacando a nossa existência de vínculo trabalhista no serviço (JORNAL DA TARDE apud CARNEIRO, 2010, p. 5).

Nos dias atuais, o estudo do terceiro setor provoca interesses em diversas áreas do conhecimento. Este interesse se justifica em volta de um conjunto de tendências

complexas e inter-relacionadas, como: a adoção da responsabilidade social e da cidadania empresarial por parte das empresas privadas; e dos programas de reforma do estado no âmbito do governo federal, estadual e municipal (FALCONER, 1999). Visando, desse modo, contribuir com o desenvolvimento de forma justa para todos.

Metodologia

Diante da complexidade e subjetividade dos conceitos envolvidos na pesquisa, foi utilizada uma abordagem quantitativa, pois faz a descrição de significados considerados como inerentes aos objetos e atos. Por isso, é definida como objetiva e tem como característica permitir uma abordagem focalizada, pontual e estruturada. Utilizando-se de dados quantitativos, conforme ressalta estudos de Manzato e Santos (2002, p. 7), que enfatizam:

Os métodos de pesquisa quantitativa, de modo geral, são utilizados quando se quer medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes etc. de um universo (público-alvo) através de uma amostra que o represente de forma estatisticamente comprovada. Isto não quer dizer que ela não possa ter indicadores qualitativos. Desde que o estudo permita isso sempre é possível.

A pesquisa quantitativa proporciona uma coleta de dados através de obtenção de respostas estruturadas, com enfoque na avaliação de resultados e na avaliação formativa. Uma forma de ampliar o entendimento e a compreensão das características do tema proposto, conforme apresentado parcialmente no referencial.

Com o objetivo de auxiliar na compreensão do problema do projeto de pesquisa, foi escolhida a pesquisa exploratória. Para Gil (2008), a pesquisa exploratória conduz o pesquisador a uma compreensão mais ampla do problema, permitindo maior familiaridade, tornando-o mais explícito e facilitando a construção de hipóteses. Ele afirma também, que o objetivo principal desse tipo de pesquisa é o “aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” (GIL, 2008, p. 44).

Segundo Richardson (1999), a escolha da pesquisa exploratória possibilita maior interação com o problema, ao identificar e explicar as causas e consequências do mesmo. Dessa maneira, esse tipo de pesquisa permite um maior contato com o objeto pesquisado. A interação com a realidade leva o participante a adquirir experiência, dando assim, possibilidades de esclarecer e modificar conceitos e ideias existentes, que poderão ser utilizadas na formulação de problemas mais precisos e novas hipóteses para trabalhos futuros (GIL, 2008, p. 48).

As fontes primárias foram realizadas por meio de aplicação de questionário estruturado (perguntas), pois esse tipo apresenta previamente opções de resposta. Normalmente, são definidas com base em pesquisas de dados secundários.

Esse questionário possui vantagens, por ser prático, fácil de interpretar e tabular. Além disso, facilita a comparação entre as respostas dos entrevistados na fase de análise de dados. Para elaboração do questionário foi escolhida a opção de perguntas de múltipla escolha, pois trazem três ou mais alternativas de resposta. Por outro lado, existem desvantagens, pois limitam muito as respostas obtidas dos entrevistados.

Na preparação do questionário foram usados os métodos de Nogueira (2002). O autor mostra em seus estudos, que os blocos de questões se iniciam colocando as mais simples e introdutórias no início e as demográficas ao final. Usou-se também a escala de Likert – um tipo de escala de resposta psicométrica – usada comumente em questionários, com questões simples. É apresentada usando cinco itens, e é a escala mais usada em pesquisas de opinião.

Ao responderem a um questionário baseado nesta escala, os perguntados especificaram seu nível de concordância com uma afirmação (RENSIS LIKERT, 1932). As perguntas foram do tipo fechadas, que apesar de se apresentarem de forma mais rígida do que as abertas, permitem a aplicação direta de tratamentos estatísticos com auxílio de computadores. Empregou-se também, o software SPSS (Statistical Package for Social Science for Windows) para análise de estatística descritiva dos dados (média e erro padrão para média).

Seguindo os mesmos parâmetros do Nogueira (2002), a confiabilidade dos construtos foi operacionalizada através do procedimento Reliability, do pacote estatístico SPSS, que avalia a correlação entre os itens componentes da escala, produzindo o coeficiente *alpha de Crombach*. O questionário inicial foi elaborado pelos autores e sofreu um processo de revisão, durante o qual, as recomendações constantes da revisão da literatura das questões foram ajustadas. Depois, os questionários foram testados e aplicados com o público alvo da pesquisa.

A aplicação dos questionários foi realizada com o Presidente, o Vice-Presidente e, em algumas ONGs, com o Diretor. Por meio da aplicação dos questionários com os gestores, realizou-se a tabulação e análise dos dados coletados.

As fontes secundárias foram: relatório documental e pesquisa em trabalhos já realizados sobre ONGs no município e no Brasil, no período de junho 2010 a fevereiro de 2011. Realizou-se ainda, o acompanhamento das fases do processo empreendedor dos

gestores, constatando as atividades mais relevantes em seu cotidiano e mais influentes no seu comportamento empreendedor.

Para aplicação dos questionários consultou-se o CMDCA (Conselho Municipal da Criança e Adolescente), onde forneceram uma relação de 20 (vinte) instituições cadastradas. Em mãos desses dados, entregou-se, pessoalmente, os questionários nas instituições para uma coleta em 5 (cinco) dias. Na entrega desses questionários, foram identificadas mais 12 (doze) instituições não cadastradas no CMDCA. Isso ocorre porque, muitas delas, não trabalham com o foco do CMDCA ou se encontravam com a documentação irregular e estavam providenciando os devidos ajustes.

Durante a coleta, foram respondidos 78 (setenta e oito) questionários nas ONGs. Esses, foram preenchidos pelo presidente, vice-presidente e, em algumas ONGs, pelos diretores. Após essa fase, iniciou o processo de tratamento dos dados, envolvendo diversos procedimentos: codificação das respostas, tabulação dos dados e cálculos estatísticos, e a interpretação dos dados (GIL, 2008, p. 125). Estes foram tabulados e tratados em forma de gráfico, como pode ser visualizado no Capítulo de discussões dos resultados.

Seguindo o roteiro, os resultados possibilitaram investigar como o comportamento empreendedor dos gestores social de Santo Antônio de Jesus contribui para o processo de tomada de decisão nas ONGs.

Na pesquisa utilizou-se a amostragem sistemática que, conforme Gil (2008, p. 122): “[...] sua aplicação requer que a população seja ordenada de modo tal que cada um de seus elementos possa ser unicamente identificado pela posição”. Além disso, a seleção da amostra obedeceu ao critério dos gestores participantes de organizações não-governamentais, do município de Santo Antônio de Jesus-Ba.

Resultados e Discussão

O terceiro setor em Santo Antônio de Jesus começou a ganhar força a partir do século XX, quando estava surgindo o movimento das ONGs, por não se conformarem com as mazelas do governo. Objetivando assim, amparar e defender a vida dos mais excluídos.

Conforme dados registrados pelo CMDCA (Conselho Municipal da Criança e do Adolescente) há vinte instituições em situação regular com órgão e doze ONGs

irregulares com o conselho. Tais irregularidades estão relacionadas com documentação pendente.

Os gestores explicaram que não regularizavam as entidades por falta de recursos. Mesmo assim, entendiam a importância da regularização, uma vez que teriam condições de participar de projetos e captar recursos com o conselho. A dificuldade de regularização estava na contratação de pessoal ou voluntários na área contábil e administrativa, para ordenar os documentos exigidos pelo conselho.

Além disso, para conhecer os gestores responsáveis pela administração das ONGs em Santo Antônio de Jesus, identificou-se 43 do sexo masculino e 35 do sexo feminino. Quanto ao estado civil, 39 são casados (as), 15 são solteiros (as), 5 são divorciados (as), 8 são viúvas e 11 são religiosos (as).

Ainda analisando o perfil dos gestores das ONGs do município, identificou-se a renda familiar dos entrevistados, dentre os quais: 46 têm renda entre 1 a 2 salários mínimos; 18 possuem renda familiar entre 3 a 4 salários mínimos; 5 têm renda entre 5 a 6 salários mínimos; 3 têm renda familiar entre 7 a 8 salários mínimos; 1 tem renda entre 9 a 10 salários mínimos e 5 possuem renda superior a 11 salários mínimos. Dentre os entrevistados, 32 exercem o cargo de Presidente (a), 32 Vice-Presidente (s), 11 tem função de Diretor (a) e 03 dos entrevistados são tesoureiros, como se vê no gráfico 06.

Para identificar há quanto tempo os gestores estão nas ONGs, perguntou-se o tempo deles nas respectivas instituições. A maioria tem entre 8 a 10 anos de participação nas ONGs. Entre os entrevistados, 23 são os fundadores da ONGs e, dentre 53, alguns assumem o papel de presidente, após o falecimento do fundador ou por motivo de vencimento do mandato do mesmo, estando o fundador ligado a ONGs com outro cargo. E muitos não são os fundadores das ONGs.

Trabalhar no terceiro setor exige, do gestor, que seu trabalho seja bem desenvolvido. Pois, através desse trabalho poderá demonstrar a minimização das mazelas sociais e, conseqüentemente, a ONG pode ser bem-sucedida.

Nesse contexto, perguntou-se aos entrevistados se o trabalho deles na ONG é importante. Dentre os entrevistados, a maioria respondeu com um fator indiferente, como pode ser identificado no gráfico 1.

Gráfico 1: Seu trabalho na ONG é importante para a ONG ser bem-sucedida.

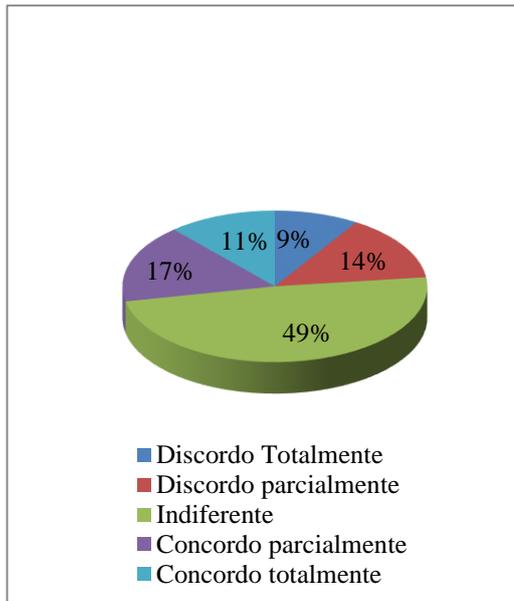
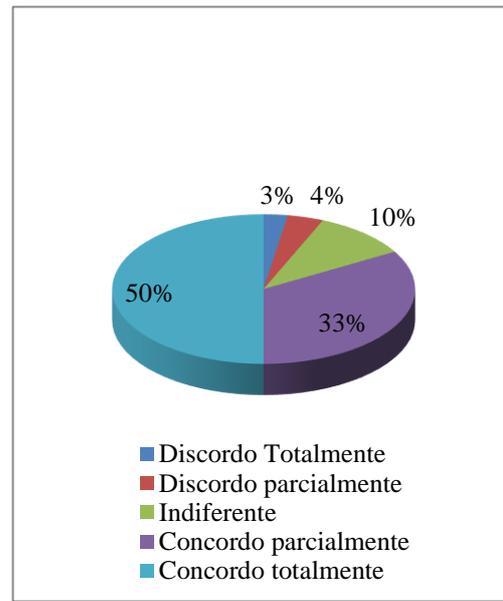


Gráfico 2: A ONG tem um comportamento Ético

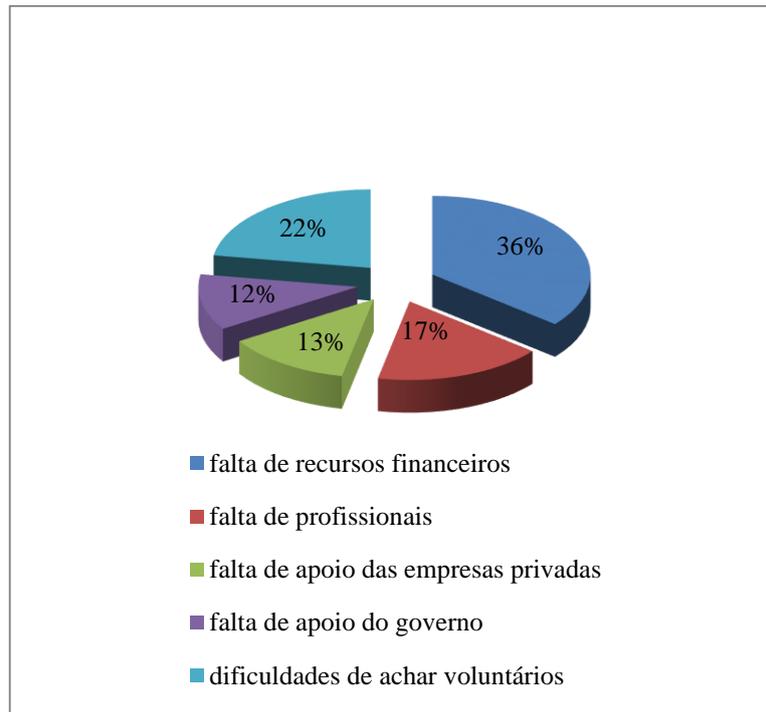


Para que a ONG seja bem-sucedida e seu trabalho seja reconhecido, é necessário que sua reputação seja positiva. Assim, foi perguntado aos gestores quanto ao comportamento ético e a maioria deles concorda totalmente que a ONG tem um comportamento ético, como pode ser visualizado no gráfico 2.

Trabalhar no terceiro setor possibilita que o gestor seja um empreendedor social pois, muitas vezes, o empreendedor social convive com situações difíceis na instituição. Por isso, foi perguntado aos gestores quais fatores mais interferem no gerenciamento da ONG. Foram respondidas duas alternativas, pois os mesmos afirmam que ao gerenciar uma ONG há dificuldades, conforme ressalta o Gráfico 03.

Destes, 56 responderam que a falta de recursos afeta no gerenciamento da ONG, 27 enfatizaram a falta de profissionais, 20 responderam que a falta de apoio das empresas privadas interfere, 18 dizem que a carência de apoio do governo dificulta no gerenciamento e na falta de recursos financeiros, e 35 responderam que a falta de voluntários na ONG atrapalha o gerenciamento, pois a existência de voluntários diminuiria muitos problemas na gestão das ONGs.

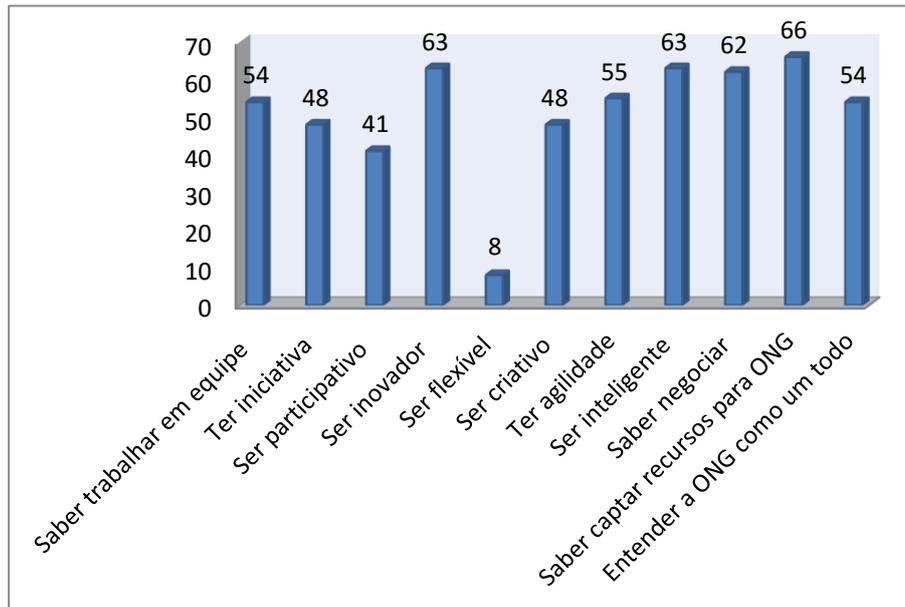
Gráfico 3: Fatores mais interferem no gerenciamento da ONG



O empreendedorismo social e a maneira de planejar estrategicamente a favor da sociedade, serão a base para buscar novos empreendedores e colaboradores a fim de formar empresas sociais vencedoras.

Além disso, perguntou-se aos gestores os fatores de habilidade que contribuem para o seu trabalho no terceiro setor, conforme sua realidade e experiência. No gráfico 4, é mostrado como os entrevistados classificaram as habilidades para trabalhar. Os mesmos, disseram que os empreendedores devem: 1º) saber captar recurso; 2º) ser inovador e ser inteligente; 3º) saber negociar; 4º) ter agilidade; 5º) saber trabalhar em equipe e entender a ONG como um todo; 6º) ter iniciativa e ser criativo; 7º) ser participativo, e 8º) ser flexível.

Gráfico 4: Habilidade para se trabalhar no Terceiro Setor.



A maioria dos gestores sociais considera que para trabalhar no terceiro setor, o gestor tem que saber obter recurso para instituição, pois a dificuldade da captação é muito grande por parte deles. Esses empreendedores, mesmo sem recursos financeiros próprios, procuram planejar estrategicamente para manter suas instituições no cenário social. Através de parcerias e projetos buscam um ponto de equilíbrio para alcançar objetivos voltados a sociedade, tornando-se menos dependentes de recursos públicos e doações.

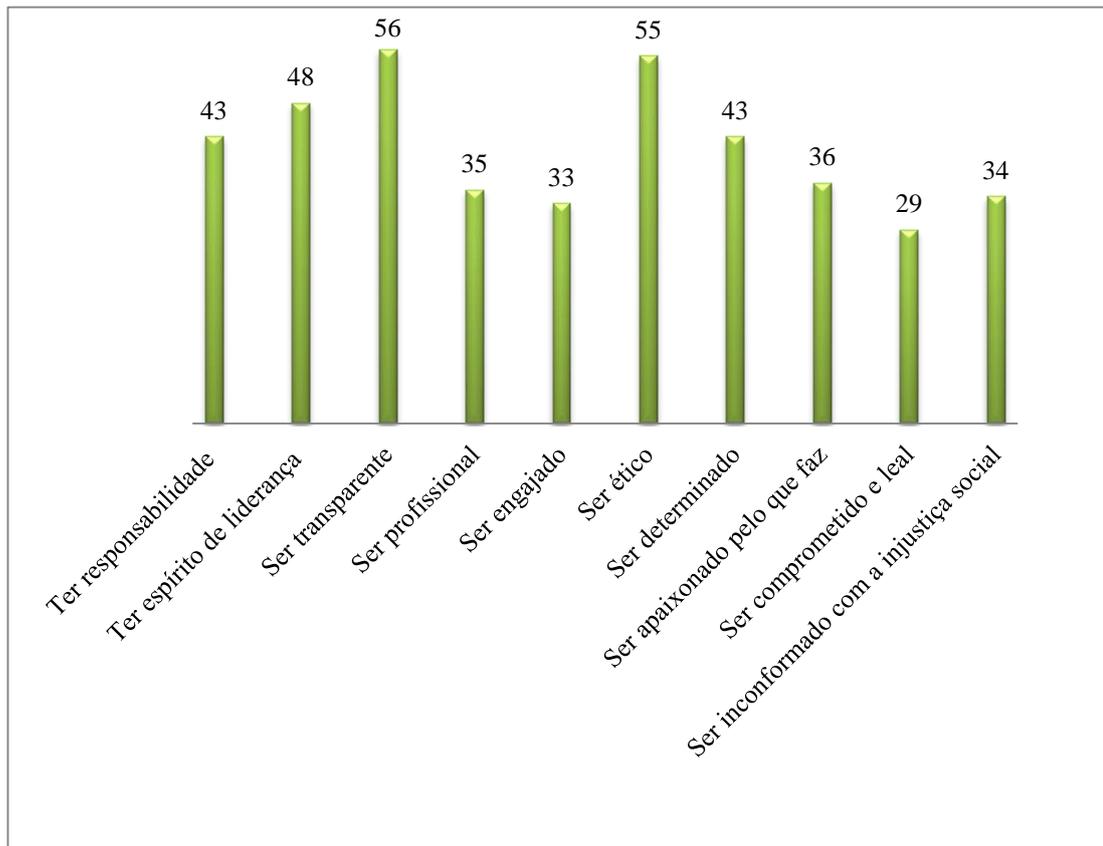
Nesse cenário, os empreendedores sociais são inovadores. Eles criam novos paradigmas e são pioneiros de novas abordagens. Isto não implica, necessariamente, na criação algo completamente novo. Muitas vezes, transformam algumas ideias já existentes, utilizam a criatividade para aperfeiçoar ou reinventar processos. É um processo criativo e contínuo de explorar, aprender e melhorar.

A postura ou comportamento do empreendedor social, no terceiro setor, exige do gestor um perfil exemplar diante da sociedade, pois são responsáveis por provocar mudanças sociais e não se limitam aos recursos que têm no momento. Como se vê no gráfico 5, os gestores sociais de Santo Antônio de Jesus classificam a postura do empreendedor social.

Para os gestores sociais do município, o empreendedor social tem que em primeiro lugar, ser transparente; em segundo, ser ético; em terceiro, ter espírito de liderança; em quarto, ter responsabilidade e ser determinado; em quinto, ser apaixonado pelo que faz; em sexto, ser profissional; e sétimo, ser inconformado com as injustiças sociais; em oitavo, ser engajado; e em nono, ser comprometido e leal.

Esse panorama de transparência, o qual exige espírito de liderança e profissionalismo, leva os empreendedores sociais a serem inconformados em resolver as mazelas sociais. Conduzindo tais empreendedores a almejarem a melhoria do meio social, e assim, estes vivem grande parte do seu tempo colaborando para ajudar as pessoas, com dedicação, respeito e ética.

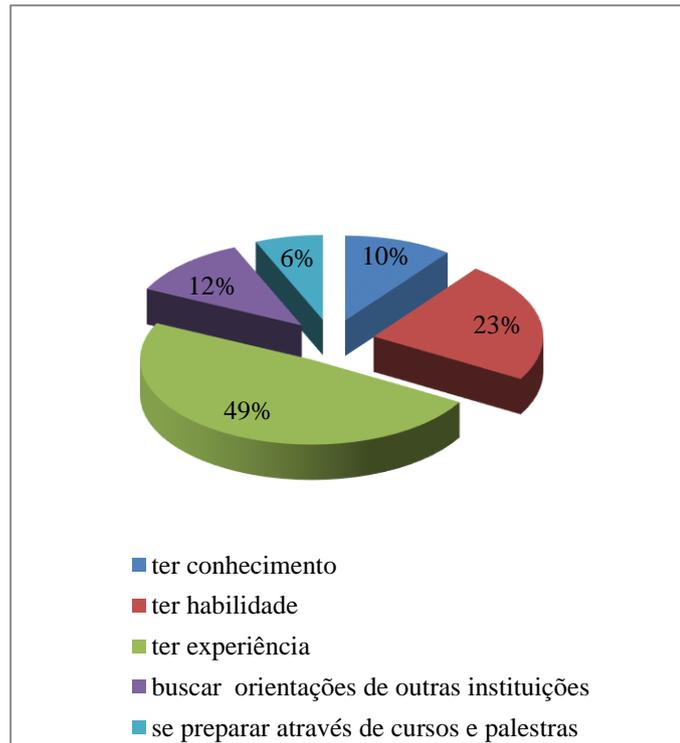
Gráfico 5: Postura do Empreendedor Social



O empreendedor social é uma pessoa com perfil de ajudar a provocar mudanças sociais, galgando soluções para os problemas da comunidade, problemas ambientais e até mesmo econômicos. O objetivo do empreendedor social não é gerar lucro, mas ganho em qualidade de vida.

Tal contexto é percebido no gráfico 6. Este refere-se a opinião dos gestores em montar empreendimento social nos dias atuais, para os empreendedores. Em virtude disso, para começar uma obra social, é fundamental ter experiência na área, pois ao criar uma nova instituição é preciso que o empreendedor social esteja preparado.

Gráfico 6: Começar um novo empreendimento social é necessário.



Desse modo, para os empreendedores, muitas pessoas implantam novas instituições sem nenhum conhecimento ou experiência e acabam passando por dificuldade durante a existência da ONG.

Vale destacar que o empreendedor social em Santo Antônio de Jesus se propôs a solucionar problemas relacionados com a situação de vulnerabilidade social, auxiliando vítimas de algum tipo de violência física ou psicológica, como: agressão física; racismo; droga, alcoolismo e vícios em geral; prostituição; abandono social; moradores de ruas; menores, questões de gênero e outros.

Essa necessidade é fruto das condições culturais no entorno, onde é possível aliar o empreendedorismo com o desenvolvimento humano e intelectual dos indivíduos, por meio da promoção de ações sociais, tais como: projetos para colocar pessoas em vulnerabilidade humana no mercado de trabalho; orientações psicológicas; capacitação e qualificação; articulações culturais, incentivo da economia solidária e do artesanato.

Enfim, trabalhar com estratégias possibilita à inclusão dessas pessoas na sociedade. Esses empreendedores sociais poderão recorrer à economia solidária, à valorização do artesanato, da cultura local e das próprias iniciativas e habilidades dos indivíduos. É necessário também, desenvolver habilidade de saber conversar (ser

psicólogo e um orientador educacional) para auxiliar no desenvolvimento humano dessas pessoas. Sempre, com o intuito de olhar para as mazelas da sociedade.

Uma das dificuldades dos empreendedores sociais de Santo Antônio de Jesus (na Bahia), consiste na aproximação da sociedade, da economia e do mercado com pessoas em estado de vulnerabilidade e incluí-las neste processo. Se faz oportuna ainda, a iniciativa do empreendedor em resolver conflitos e auxiliar na orientação dos indivíduos, sempre almejando o desenvolvimento humano. Além de saber gerenciar as ONGs, é fundamental ter habilidades humanas para auxiliar o próximo.

O índice de desenvolvimento humano do município – IDHM de 2010 é de 0,70 (IBGE, 2016). Por meio do empreendedorismo social é possível promover o desenvolvimento para todos, incluindo pessoas à sociedade e maximizando as potencialidades dos indivíduos. Atualmente, o município tem 101.548 habitantes. Possui um PIB – Produto Interno Bruto, em 2013, referente à indústria, de 195.460 mil reais; enquanto o PIB da agropecuária é de 45.850 mil reais; e o PIB referente a prestação de serviço (incluindo administração, saúde, educação e seguridade social), por sua vez, é de 940.155 mil reais (IBGE,2016).

De tal modo, surge uma oportunidade para os gestores das ONGs desenvolverem estratégias para melhorar os indicadores sociais. Haja vista que os empreendedores dessas instituições, em Santo Antônio de Jesus, têm como características predominantes: a iniciativa e criatividade, possibilitando o estímulo das habilidades dos indivíduos.

Nota-se que o salário pago para esses gestores não é expressivo. Há iniciativa e uma pró-atividade destes em construir um futuro melhor para essa regionalidade. Além disso, esses conhecem e entendem as mazelas do local.

Os gestores de ONGs têm um papel crucial no desenvolvimento regional, são pioneiros das mudanças sociais em um determinado município, fazendo muitas vezes o papel do governo, de médicos, de conselheiros e de psicólogos. Esses agentes têm a habilidade de se aproximar dos indivíduos necessitados, oferecendo apoio e auxílio para a população excluída.

Diante desta situação, é oportuno o empreendedorismo social em ONGs, visando à inclusão dos excluídos, promovendo um desenvolvimento de forma mais justa para a sociedade. Com o empreendedorismo, é possível tanto desenvolver habilidades de negócio, como estimular as habilidades, a criatividade e a motivação dos indivíduos. Mostrando, desta maneira, a chance de recomeçar e dar início a uma vida ou negócio, fornecendo uma opção para uma vida digna e também rentável. Muitos indivíduos têm

habilidades que podem ser aproveitadas e transformadas em uma renda e um sustento para uma família. Neste contexto, surge o empoderamento do empreendedor ou da cultura empreendedora.

Considerações Finais

A pesquisa concluiu que as pessoas envolvidas com instituições sem fins lucrativos, reconhecem que o terceiro setor tem suas limitações e também oportunidades de trabalho e de realização pessoal. Pois, faz com que os gestores se envolvam nas causas sociais e assim, contribuam para solução das mazelas sociais não resolvidas pelo governo.

Os gestores sociais do município de Santo Antônio de Jesus-Ba têm o papel de idealizadores na resolução das causas sociais. O empreendedor social, para atuar no terceiro setor, precisa ser responsável, ético e comprometido com a causa. Porque, para começar um novo empreendimento social, é necessário ter, acima de tudo, experiência e conhecimento do setor que deseja atuar.

Diante deste panorama, o sucesso do terceiro setor no município é atribuído à dedicação e ao comprometimento dos empreendedores sociais da cidade. Pois, muito deles, deixam para traz uma vida capitalista a fim de se dedicarem ao bem social do outro.

Apesar das dificuldades encontradas pelos empreendedores sociais em captar recursos e adquiri-los para sobrevivência das instituições, os gestores são comprometidos e tentam inovar sempre, no intuito de resolver as mazelas sociais.

As ONGs possuem a mesma necessidade que toda organização, de um padrão administrativo favorável, para seu progresso. O fato de não produzir lucros, não faz deste terceiro setor menos importante. Ao contrário, lhe traz mais responsabilidade e trabalho pela sua dependência externa.

A falta de comprometimento por parte do governo em relação ao terceiro setor, pelo menos no que se refere as ONGs de Santo Antônio de Jesus, deixa uma pergunta: Terá isso a ver com política? E onde ficam as pessoas a serem beneficiadas? Trata-se da falta de remanejamento dos recursos e de certa “ausência” de solidariedade com povo que, de igual forma, passa por eles despercebida à indiferença dos líderes locais.

Diante disso, observa-se que os empreendedores sociais são mais capacitados, enquanto o administrador está mais voltado à organização dos recursos e em tomar decisões no dia-a-dia. Uma característica específica desses empreendedores é o conhecimento profundo do negócio em que atua, sendo esta uma faceta de poucos.

Em face dessa situação, o terceiro setor em Santo Antônio de Jesus, vem ganhando espaço e se caracterizando como um conjunto de organizações e iniciativas privadas sem fins lucrativos. Visando, desta maneira, à produção de bens e serviços públicos, e ganhando força como agente colaborador, na busca de soluções dos problemas socioeconômicos brasileiros.

Fica assim, a possibilidade de desenvolver trabalhos futuros, dando continuidade ao mesmo público. A fim de traçar as competências empreendedoras e perceber se as ações desenvolvidas pelos empreendedores sociais do município estão contribuindo para melhorias econômicas ou para o bem-estar social dos agentes empreendedores. Alcançado, deste modo, um desenvolvimento econômico social na região.

Referências

ALBUQUERQUE, A. C. C. de. **Terceiro Setor: história e gestão de organizações**. São Paulo: Summus, 2006.

ALVES, M. A. Terceiro setor: as origens do conceito. In: ENCONTRO DA ANPAD, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2002.

ANDRADE, M. M. de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BERNHOEFT, R. **Como tornar-se empreendedor em qualquer idade**. São Paulo: Nobel, 1996.

BRITO, V. **Do empreendedorismo empresarial ao social**. Disponível em: <<http://asn.interjornal.com.br/site/noticia.kmf?noticia=2829770&canal=31>>. Acesso em: 20 set. 2010.

CARNEIRO, W. **Terceiro Setor: estudo diagnóstico voltado para o planejamento estratégico e gestão de projetos em 100 ONGs na cidade de São Paulo**. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/18.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2010.

DAVID, D. E. H. **Intraempreendedorismo social: perspectivas para o desenvolvimento social nas organizações**. Florianópolis, 2004. Disponível em: <http://www.unioeste.br/projetos/casulo/files/tese_denise_david.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2010.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001

DRUCKER, P. F. **Administração de organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Pioneira/Fund. Vanzolini, 1994.

_____. **Inovação e espírito empreendedor prática e princípios**. São Paulo: Cengage, 2008.

FALCONER, A. P. **A promessa do Terceiro Setor: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e seu campo de gestão**. 1999. 152 f. Dissertação (Mestrado em Administração) –Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulom 1999.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

FREITAS, H. et al. **Informação e decisão: sistemas de apoio e seu impacto**. Porto Alegre: Ortiz, 1997.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IGBE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. **IDHM – Índice de desenvolvimento humano municipal**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=292870&idtema=118&search=bahia|santo-antonio-de-jesus|C3%8Dndice-de-desenvolvimento-humano-municipal-idhm->>>. Acesso em: 23 ago. 2016.

_____. **PIB – Produto interno bruto dos municípios**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=292870&idtema=152&search=bahia|santo-antonio-de-jesus|produto-interno-bruto-dos-municipios-2013->>>. Acesso em: 23 ago. 2016.

_____. **Estimativa da população 2015**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=292870&idtema=130&search=bahia|santo-antonio-de-jesus|estimativa-da-populacao-2015->>>. Acesso em: 23 ago. 2016.

LIKERT, R. A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**, v. 140, p. 1-55, 1932. Disponível em: <http://www.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2011.

MANZATO, A. J.; SANTOS, A. B. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. Disponível em: <www.dcce.ibilce.unesp.br/~adriana/ensino/quest.doc>. Acesso em: 15 fev. 2011.

MATTOS, L. K. **As mudanças organizacionais e seus gestores nas empresas na era da informação**. 2002. 80 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Escola Brasileira de Administração Pública e Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <<http://virtualbib.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3671/Lissandra.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 fev. 2010.

MELO NETO, F. de P. de. FROES, C. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

NOGUEIRA, R. **Elaboração e análise de questionários**: uma revisão da literatura básica e a aplicação dos conceitos a um caso real. Rio de Janeiro: FRJ/COPPEAD, 2002.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social**: da teoria à prática, do sonho à realidade. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2008.

PEREIRA, R. M. Terceiro Setor: identificando suas organizações e propondo um novo conceito. **Revista Integração**, São Paulo, ano IX, n. 65, p. 1-23, ago. 2006. Disponível em: <<http://integracao.fgvsp.br/ano9/08/opiniaio.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2010.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHUMPETER, J. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. In: **A TEORIA do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

VIEIRA, R. M. F.; GAUTHIER, F. A. O. Introdução ao empreendedorismo social. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, II., **Anais...** Florianópolis, 2000.