



EMPREENDEDORISMO SOCIAL: ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS DE GRADUAÇÃO DE CAMPO GRANDE/MS

Natassia Mazlum Seba¹
Yasmin Gomes Casagrande²

Avaliado pelo sistema *double blind review*.
Editor Científico: Maria Amelia Jundurian Corá

RESUMO

O empreendedorismo social é um tema que está em construção surgiu através de se identificar pessoas que estão envolvidas em causas humanitárias e que demonstram um desejo em ver um mundo melhor. Neste trabalho será possível conhecer um pouco mais sobre o tema, conhecer quem foram os primeiros a falar sobre empreendedorismo social, saber quais são os atributos que um empreendedor social possui e analisar qual é a percepção dos acadêmicos referente ao empreendedorismo social, e como estes futuros profissionais podem contribuir para uma sociedade melhor. Para melhor compreensão sobre este assunto foi aplicado um questionário com 385 acadêmicos de graduação, onde foi possível saber qual é o nível de conhecimento a respeito do tema abordado, quais características de um empreendedor social estes graduando possuem, realizando assim um comparativo com os atributos necessários que um empreendedor social possui, com o resultado da pesquisa foi identificado que os acadêmicos em sua maior parte possuem as características necessárias para se tornar um empreendedor social, porém em alguns pontos existe a necessidade de ser aperfeiçoado ou até mesmo desenvolvido.

Palavras chave: Empreendedor social. Características. Perfil.

ABSTRACT

Social entrepreneurship is a topic that is under construction that came through identifying people who are involved in humanitarian causes and demonstrating a desire to see a better world. In this work will be possible to learn more on the subject, know who were the first to talk about social entrepreneurship, know what are the

¹ Administradora pela Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande

² Doutoranda em Administração pela UFMS – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul e Professora na Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande

attributes that a social entrepreneur owns and analyze what is the perception of academics regarding the social entrepreneurship, and how these future professionals can contribute to a better society. For better understanding about this a questionnaire was administered to 385 undergraduate academic where it was possible to know the level of knowledge of the topic discussed, what characteristics of a social entrepreneur these graduating have, thus realizing a comparative with the necessary attributes a social entrepreneur has. As result has been identified that the students mostly have the necessary characteristics to become a social entrepreneur, but in some points there needs to be improved or even developed.

Keywords: Social entrepreneur. Characteristics. Profile.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O empreendedorismo social é um conceito que ainda está em construção e tem uma finalidade diferente do empreendedorismo, pois não busca o interesse próprio e nem sua satisfação pessoal e sim o bem estar coletivo, seu objetivo é colaborar para uma sociedade melhor.

Muitas vezes pode ser confundida com empreendedorismo privado, responsabilidade social empresarial, ativismo social e do assistencialismo, lembrando que o empreendedorismo social é um tema que ainda está em formação, porém tem suas características bem definidas.

Vive se em um tempo em que temas como miséria, doença, analfabetismo, destruição ambiental e corrupção entre outros são evidenciado a todo o momento, porém é raro ver pessoas que tem iniciativas para mudar este cenário. O empreendedor social vem com um papel fundamental para solucionar estas situações, pois seu principal foco é resolver os problemas sociais.

Para a organização mundial Ashoka (2013)³:

“O Empreendedor Social aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, seja por enxergar um problema que ainda não é reconhecido pela sociedade e/ou por vê-lo por meio de uma perspectiva diferenciada. Por meio da sua atuação, ele (a) acelera o processo de mudanças e inspira outros atores a se engajarem em torno de uma causa comum.”

O empreendedor social atua como um agente de transformação, todas as ações que promove não são para o bem estar próprio, eles criam valor social através da

³ Informações retiradas do site da organização mundial Ashoka, www.brasil.ashoka.org.br

inovação e de recursos financeiros, independente de sua origem, visam o desenvolvimento social, econômico e comunitário.

Este presente trabalho tem por principal objetivo identificar qual a percepção do tema empreendedorismo social para os acadêmicos de graduação de Campo Grande/MS. E para alcançar tal objetivo foram desenvolvidos os seguintes objetivos específicos:

- Estudar a teoria de empreendedorismo social;
- Identificar o nível de conhecimento de acadêmicos de graduação em Campo Grande - MS sobre temas ligados e empreendedorismo.
- Relacionar o perfil dos acadêmicos de graduação em Campo Grande – MS às características de um empreendedor social;

A importância deste trabalho se deve a como o empreendedorismo social poderá ajudar os acadêmicos de graduação a ter um olhar diferente quando se refere há dedicar seu tempo e esforço para buscar soluções para os problemas sociais.

1.1 Justificativa

A pesquisa é justificada pela importância de como o empreendedorismo social poderá ajudar os acadêmicos de graduação a ter um olhar diferente quando se refere há dedicar seu tempo e esforço para buscar soluções para os problemas sociais.

É necessário que os profissionais em formação tenham o conhecimento e uma visão sobre empreendedorismo social, que de acordo com Parolin e Volpato (2008) possuem iniciativas além do que simples comercialização de produtos ou serviços, eles buscam o desenvolvimento socioambiental de regiões esquecidas pelo crescimento econômico capitalista.

É indispensável ter ações voltadas para a sociedade, isso não significa que o profissional precise destinar seus recursos financeiros e sim pode dedicar seu tempo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Antes de tratar quais foram os primeiros autores a falar sobre o tema é necessário antes entender o significado da palavra empreendedor, para Chiavenato (2012, pg.2) “o empreendedor é uma pessoa que inicia e/ ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

A princípio uns dos primeiros a falar sobre o tema foi o economista Schumpeter (1978, apud Salim e Silva, 2010), onde ele relata que o empreendedor causa uma “destruição criativa” o que seria isso? Quando uma pessoa destrói a ordem econômica existente propondo novos produtos e serviços, criando novos métodos de organizar e explorar novos materiais.

Schumpeter (1978, apud Arantes, Halicki e Standler, 2014. pg.17)

“O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa e, sendo assim, considerado este como o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros”.

Já para Say (1988, apud Maximiano, 2011) o empreendedorismo estava muito mais ligado à “economia” gerar valor ao explora formas de variações ou novidades tecnológicas, o autor afirma que o empreendedor repassa recursos econômicos de um campo de produção mais baixa para um campo de produção mais alto e de maior rentabilidade.

Percebe-se que para Schumpeter (1978, apud Arantes, Halicki e Standler, 2014) o termo empreendedorismo está intimamente ligado a Inovação e para Say (1988, apud Maximiano, 2011) o termo se refere à criação de valor principalmente quando se trata de mudanças tecnológicas.

Porém o empreendedorismo não está ligado apenas em criar um negócio, para Gifford Pinchot (1985, apud Arantes, Halicki e Standler, 2014) o conceito de empreendedorismo está ligado ao individuo que atua dentro de uma organização sendo ele criativo, inovador e com capacidade de fazer sucesso.

No Brasil o termo empreendedorismo começou a ser falado a partir da década de 1990, o ambiente político e econômico do país não era favorável para os

empreendedores, pois não encontravam informações que pudessem auxiliá-los nessa jornada.

As instituições pioneiras no Brasil foram o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas) que tem sido um dos órgãos responsáveis por implantar a cultura do empreendedorismo no país e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex), antes dessas organizações não se ouvia falar em empreendedorismo (Dornelas, 2014).

O Dornelas (2014) relata que tais organizações foram fundamentais para a mudança do cenário do empreendedorismo no país, criando assim novos alicerces para a nova fase do empreendedorismo no país.

É possível notar alguns traços naqueles que são considerados empreendedores, pessoas que possuem iniciativas e não tem medo de inovar, alguns autores trazem as características destes inovadores. Veja a seguir algumas características que Salim e Silva (2010) e Dornelas (2014) destacaram como principais.

Quadro 1 - Características do empreendedor

SALIM E SILVA (2010)	DORNELAS (2014)
Busca de oportunidades e iniciativa	São visionários
Persistência	Sabem tomar decisões
Aceitação de riscos (calculados)	São indivíduos que fazem a diferença
Exigência de eficácia, eficiência e qualidade	Sabem explorar ao máximo as oportunidades
Comprometimento com o trabalho	São Líderes e formadores de equipes
Trabalho Baseado em Metas	São bem relacionados (networking)
Busca de informações contínuas	Assumem riscos calculados
Monitoramento e planejamento sistemático	Criam valor para a sociedade
Formação de rede de contatos – persuasão	São dedicados
Independência e autoconfiança	São otimistas e apaixonados pelo que fazem

Fonte: Salim e Silva (2010) e Dornelas (2014).

Como se pode observar no quadro, algumas características são observadas pelos dois autores como atributos importantes para um empreendedor ser bem sucedido.

Para Dornelas (2014) o procedimento empreendedor envolve todos os cargos, atividades e atos associados à criação de um novo negócio. Ele destaca que empreendedorismo abrange o processo de criar algo novo, de valor, depois que demanda dedicação, o empenho de tempo e força necessária para fazer o empreendimento crescer, e assumir riscos calculados, é necessário ter ousadia e ânimo, apesar das falhas e desacertos.

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O termo empreendedorismo social é relativamente novo e que ainda está em construção. Para alguns estudiosos o empreendedorismo social sempre existiu, porém não era conhecido pelo termo apresentado.

Para Bornstein e Davis (2010) empreendedorismo social é um método pelo qual pessoas constroem ou modificam as organizações para avançar em soluções para os problemas sociais, como a pobreza, a doença, o analfabetismo, a destruição ambiental, violações dos direitos humanos e corrupção, a fim de tornar a vida melhor para muitos.

A definição mais conhecida é citada por Greg Dees (1998, apud Bornstein e Davis, 2010), que é apontado como o pai da educação para empreendedorismo social. Para ele o empreendedorismo social são pessoas que realizam mudanças sociais, que geram valor público, buscam novas oportunidades, agem com ousadia, demonstram um forte senso de responsabilidade.

Para Cardoso (2014) ele classifica o empreendedorismo social como concepção de novos negócios que utilizarão estruturas de mercado para solucionar problemas socioambientais.

Cardoso (2014) também cita que o empreendedor social ao invés de procurar oportunidades de negócio, ele busca problemas na sociedade e propõe resolvê-las por meio de uma empresa lucrativa. Os empreendedores sociais começam e lideram mudanças na sociedade.

Para Bornstein e Davis (2010) para eles os empreendedores sociais sempre existiram, mas antes eram chamados de visionários, humanitários, filantropos, reformistas, santos ou meramente de grandes líderes. A atenção foi dada apenas a sua coragem, compaixão e visão, mas raramente a atenção era dada aos aspectos práticos de suas realizações.

Como exemplo citam Gandhi que é conhecido por suas demonstrações de resistência não-violenta, mais não para a construção de um aparato político descentralizado, o qual permitiu que a Índia pudesse fazer uma transição bem sucedida para o autogoverno (Bornstein e Davis, 2010).

Além de Gandhi eles citam vários outros exemplos de pessoas que atuaram como empreendedor social, porém não era conhecido como tal, apenas um leitor atento poderia identificar a mão oculta de empreendedores sociais criando instituições e movimentos em busca de transformar a sociedade em que viviam.

Bornstein e Davis (2010) diz que os empreendedores sociais trabalham para assegurar que as ideias sensatas criem raízes e realmente possam mudar o pensamento e o comportamento das pessoas através de uma sociedade.

Para os empreendedores sociais a missão social é específica e fundamental, o que afeta diretamente a forma de como os empreendedores sociais detectam e avaliam as oportunidades.

2.2.1 Perfil do empreendedor social

Até agora se pode conhecer os conceitos e origem sobre o empreendedorismo social, mais como é possível identificar um empreendedor social? Quais são os atributos necessários que se precisa possuir para ser um empreendedor social de sucesso.

Vários autores descrevem características que permitem saber qual é o perfil desses empreendedores sociais, como se comportam e agem mediante aos problemas sociais.

Ao longo do tempo Dess (1998, apud Capelo, 2014, pg.68) relata que surgiram correntes e escolas de investigação e o conjunto de ações e características definidoras dos empreendedores sociais que foram sendo estabelecidos e validados.

A principio compreende:

- a) Adotar uma missão para criar e manter valor social (e não apenas valor privado) (vão direto às causas do problema e procuram criar mudanças sistêmicas e sustentáveis);
- b) Reconhecer e buscar obstinadamente novas oportunidades para servir essa missão (são persistentes e realizam os ajustes necessários para superar obstáculos);
- c) Empenhar-se num processo contínuo de inovação, adaptação e aprendizagem (aceitam os riscos e são tolerantes com insucessos);

- d) Agir com ousadia sem estar limitado aos recursos disponíveis no momento (exploram todas as opções de recursos e desenvolvem estratégias de recursos que tenham possibilidade de apoiar e reforçar a sua missão social);
- e) Prestar contas com transparência à clientela que serve e em relação aos resultados obtidos (tomam medidas para garantir a criação de valor e retribuir aos investidores, além de verdadeiras melhorias sociais aos seus beneficiários).

Em resumo, Dess (1998, apud Feliciano e Statter, 2008) diz que os empreendedores sociais, em sua função de agentes de mudança, possuem cinco objetivos principais: criar um empreendimento que tenha impacto na sociedade e que seja capaz de sustentar esse mesmo impacto; ser capaz de reconhecer e explorar novas oportunidades que sirvam a missão principal da organização; ser capaz de manter um processo contínuo de inovação; não se deixar ser influenciado por falta de recursos para alcançar os objetivos propostos; e demonstrar um alto senso de responsabilidade diante de todos os que estão ligados a empresa: clientes, colaboradores, fornecedores, voluntários, parceiros e institutos doadoras.

Alguns autores elencam algumas competências individuais onde é possível conhecer e saber qual é o perfil dos empreendedores sociais. Chiavenato (2009) descreve tais competências como conhecimento que é o saber do indivíduo o qual se absorve por meio da aprendizagem, as habilidades que é o saber fazer, é colocar o aprendizado em prática.

Outra competência é o julgamento para o autor é saber analisar, avaliar e julgar, de nada vale as pessoas terem conhecimentos e habilidades se não sabem como utiliza-los corretamente. E por último e não menos importante o indivíduo ter Atitude é o saber fazer “É o tipo de comportamento ativo, proativo e empreendedor que enfrenta desafios, obstáculos, dificuldades, resistências e faz as coisas acontecerem...” (Chiavenato, 2009, pg.130).

Assim, como Chiavenato (2009) cita que pessoas dotadas de tais competências são propensas a assumir missões cada vez mais complexas, Cardoso (2014) elege alguns atributos como fatores indispensáveis para que um empreendedor social tenha sucesso em sua missão. A seguir pode-se observar tais qualidades:

Quadro 2- Característica do Empreendedor Social

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	ATITUDES	VALORES
Possuir cultura geral e ampla	Ter empatia	Independência	Senso de humanidade e justiça
Compreender os conceitos de complexidade e interdependência	Identificar oportunidades (feeling)	Disposição a assumir riscos	Lealdade e honestidade
Estar atualizado sobre dilemas atuais e tendências mundiais	Ter visão de curto e longo prazo	Iniciativa e proatividade	Solidariedade
Dominar processos de criação	Saber comunicar (falar, escutar e dialogar)	Perseverança	Ética
Possuir compreensão mercadológica e de marketing	Planejar de modo sistêmico	Resiliência	Tolerância
Conhecer os fundamentos de finanças	Analisar riscos	Crença firme e coerência	Fé no futuro
Entender os princípios de estratégia	Construir rede de relacionamentos	Visão coletivista	Transparência e verdade
Dominar os conceitos e práticas de operações empresariais	Interagir com diferentes <i>Stakeholders</i>	Acreditar e respeitar as pessoas	Altruísmo
Entender a influência e a dinâmica do mundo digital	Liderar e envolver pessoas	Conciliatório	Bondade

Fonte: Cardoso (2014).

Cardoso (2014) ainda ressalta que a possibilidade de se construir tais competências só será possível mediante uma autoanálise criteriosa do perfil do empreendedor social, pesando os pontos fortes e os pontos fracos. No Quadro 3 pode-se observar o que para o autor é o perfil de um empreendedor social:

Quadro 3- Perfil do Empreendedor Social

Conhecimentos	Habilidades	Competências	Postura
Saber aproveitar as oportunidades	Ter visão clara	Ser visionário	Ser inconformado e indignado com a injustiça e desigualdade
Ter competência gerencial	Ter iniciativa	Ter senso de responsabilidade	Ser determinado
Ser pragmático e responsável	Ser equilibrado	Ter senso de solidariedade	Ser engajado
Saber trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais	Ser participativo	Ser sensível aos problemas sociais	Ser comprometido e leal
	Saber trabalhar em equipe	Ser persistente	Ser ético
	Saber negociar	Ser consciente	Ser profissional
	Saber pensar e agir estrategicamente	Ser competente	Ser transparente

Ser perceptivo e atento aos detalhes	Saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas	Ser apaixonado pelo que faz (campo social)
Ser ágil	Saber correr riscos calculados	
Ser criativo	Saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos	
Ser crítico	Saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos	
Ser flexível	Saber interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade	
Ser focado	Saber improvisar	
Ser habilidoso Ser inovador Ser inteligente Ser objetivo	Ser líder	

Fonte: Oliveira (2004)

Assim como Cardoso (2014) descreve tais competências, Oliveira (2004) também elenca características que podem definir o perfil do empreendedor social. Ele chegou a esses atributos após realizar uma catalogação de várias fontes de pesquisas, já conceituadas e em entrevistas com empreendedores sociais brasileiros que vivenciam o tema no seu dia a dia.

Oliveira (2004) destaca quanto ao conhecimento, deve-se saber aproveitar as oportunidades, ter aptidão gerencial, ser pragmático e responsável, e saber trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais.

Com relação às habilidades, é preciso se ter visão clara e iniciativa, ser equilibrado e participativo, saber trabalhar em equipe e negociar, saber raciocinar e agir estrategicamente, ser perceptivo e cauteloso aos detalhes, ser rápido, ser criativo, ser crítico, ser flexível, ser focado, ser talentoso, ser inovador, ser inteligente e ser objetivo.

Assim o empreendedorismo social é uma espécie de gênero empreendedor que tem como principal foco a missão social e que atua através do reconhecimento e caça

implacável de novas oportunidades, e engajamento em um processo de sucessiva inovação, adequação e aprendizado que sirvam a essa missão.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa visa descrever qual a percepção do empreendedorismo social para acadêmicos de graduação em Campo Grande/MS, através de pesquisa bibliográfica que irá auxiliar a entender e compreender sobre o tema a ser estudado.

Segundo Gil (2008, p.50) a pesquisa bibliográfica “é desenvolvida com base a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

É utilizada também a pesquisa documental que é semelhante à pesquisa bibliográfica, porém a pesquisa documental não recebe um tratamento analítico, e/ou ainda pode ser refeita, outra característica desta pesquisa é a fonte de dados utilizados para coleta de informação, são primárias e têm como fonte de estudos arquivos, jornais, revistas, cartas, documentos oficiais, sindicatos, diários etc. (HEERDT E LEONEL, 2007)

Outra fonte de pesquisa usada é a pesquisa descritiva na qual poderá se identificar as características dos estudantes de graduação de Campo Grande/MS. Esta tem por objetivo identificar idade, sexo, escolaridade, renda e demais fatores relevantes para este trabalho.

Pesquisa descritiva de segundo os autores Diehl e Tatim(2004, p.54):

“Tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. Uma das características mais significativas é a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionários e observação sistemática”.

Outra pesquisa empregada neste trabalho é a pesquisa exploratória, para que se possa entender o nível de conhecimento dos acadêmicos de graduação sobre o tema. Esta pesquisa foi realizada através da aplicação de 385 questionários com 90% de confiabilidade e 5% de erro amostral para amostra de população infinita, sendo eles aplicados nas universidades de Campo Grande/MS.

E a pesquisa exploratória tem como fundamental intuito ampliar, explicar e transformar conceitos e ideias, trazendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou suposições analisáveis para estudos futuros (Gil 2008).

3.1 Procedimentos

O presente trabalho tem em vista buscar o conhecimento através de livros, artigos entre outros documentos relacionados ao tema abordado, foram aplicados 385 questionários com 90% de confiabilidade e 5% de erro amostral para amostra de população infinita, com questões objetivas e dissertativas que será aplicado em diferentes universidades de Campo Grande/MS.

Todos os dados foram tabulados para análise e esta foi feita através de gráficos comparativos para que se pudesse identificar o perfil de cada uma das pessoas, para conhecer o que os entrevistados sabem sobre o empreendedorismo social.

A amostra compreendeu acadêmicos de graduação de cursos diversos e de universidades distintas, uma vez que são pessoas em formação profissional e por este motivo são potenciais alvos para se tornarem um empreendedor social.

Foi aplicado um pré-teste com 40 respondentes de modo a validar o instrumento de pesquisa. Para Lakatos e Marconi (2003, p. 227), o pré-teste tem como fundamental função testar o instrumento de coleta de dados. Através dele devem ser percebidas "... as reações do entrevistado, sua dificuldade de entendimento, sua tendência para esquivar-se de questões polêmicas ou delicadas", seu embaraço com questões pessoais, etc."

O pré-teste eliminou a ambiguidade entre as questões, perguntas desnecessárias, disposição das questões, se são extensas, reduzidas, de fácil ou de difícil compreensão. O pré-teste evidenciou se o questionário apresentava três elementos essenciais para sua eficiente aplicação: a fidedignidade, validade e operatividade. (LAKATOS e MARCONI, 2003)

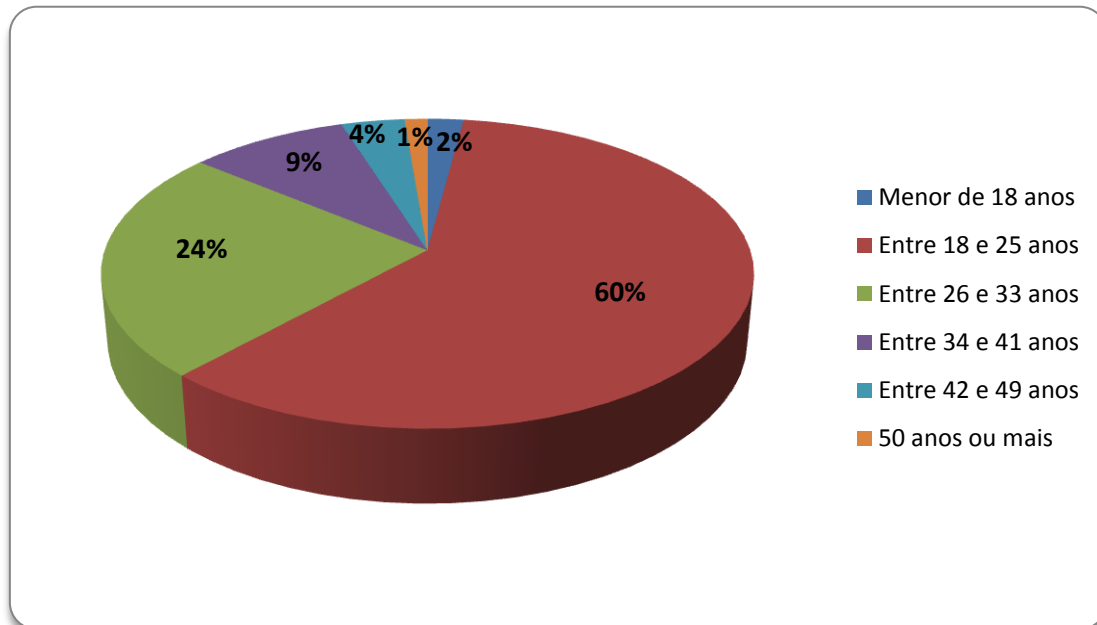
Os questionários foram aplicados entre 13 de setembro de 2015 a 30 de setembro de 2015. Com 26 questões sendo 6 questões socioeconômicas e 20 questões específicas, para as questões específicas sobre o tema foi utilizada a escala Likert, de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

4. RESULTADOS

4.1 Perfil dos entrevistados

Para compor esta pesquisa foram entrevistados 385 acadêmicos de graduação residentes em Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Foi constatado que a maior parte dos entrevistados corresponde ao sexo feminino com percentual de 51% e 49% são do sexo masculino.

Gráfico 1 – Faixa Etária



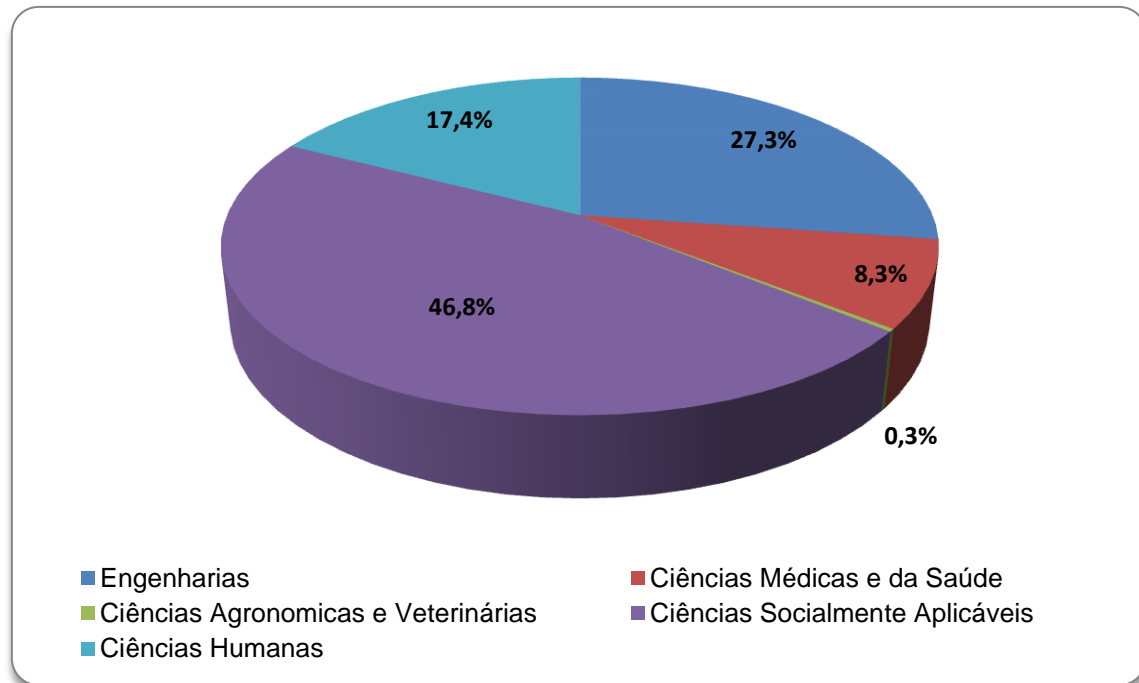
Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

A maioria dos entrevistados tem entre 18 e 25 anos corresponde a (60%), seguido da faixa etária entre 26 e 33 anos com (24%), de acordo com o Gráfico 1.

Foram descritos os cursos de acordo com suas áreas de conhecimento, dentre esses cursos 26% dos entrevistados estão no primeiro ano de faculdade, e 17% afirmam estar no último ano de faculdade.

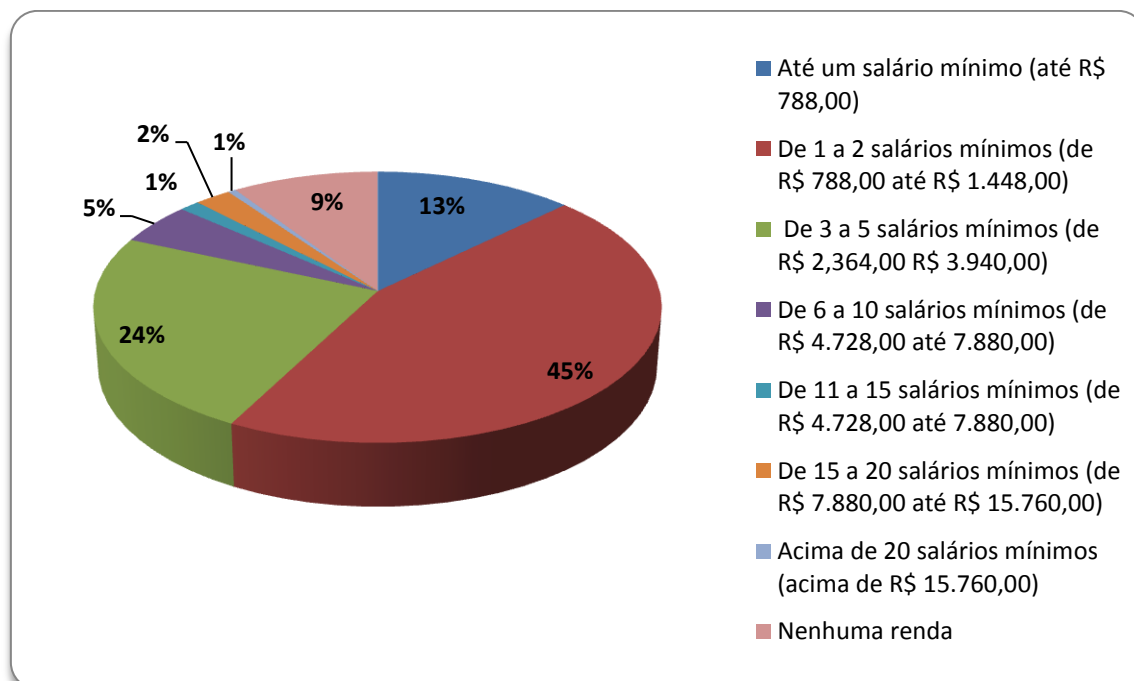
O Gráfico 2, representa a quantidade de graduandos entrevistados de acordo com seus respectivos área de conhecimento, nota-se que dos 385 acadêmicos entrevistados 46,8% são da área de ciências socialmente aplicáveis, seguido por 27,3% da área de engenharias, e 17,4% dos respondentes da área de ciências humanas.

Gráfico 2 – Número de acadêmicos por Área de Conhecimento



Fonte: Pesquisa de Campo 2015

Gráfico 3 – Renda Média



Fonte: Pesquisa de campo (2015).

O Gráfico 2, representa a quantidade de graduandos entrevistados de acordo com seus respectivos área de conhecimento, nota-se que dos 385 acadêmicos entrevistados 46,8% são da área de ciências socialmente aplicáveis, seguido por

27,3% da área de engenharias, e 17,4% dos respondentes da área de ciências humanas.

O Gráfico 3 demonstra a renda dos entrevistados, onde 45% possuem renda de 1 a 2 salários mínimos, 24% possuem renda de 3 a 5 salários mínimos, enquanto 13% possuem renda de até um salário mínimo, e 9% não possuem nenhuma renda.

4.2 Questões Específicas

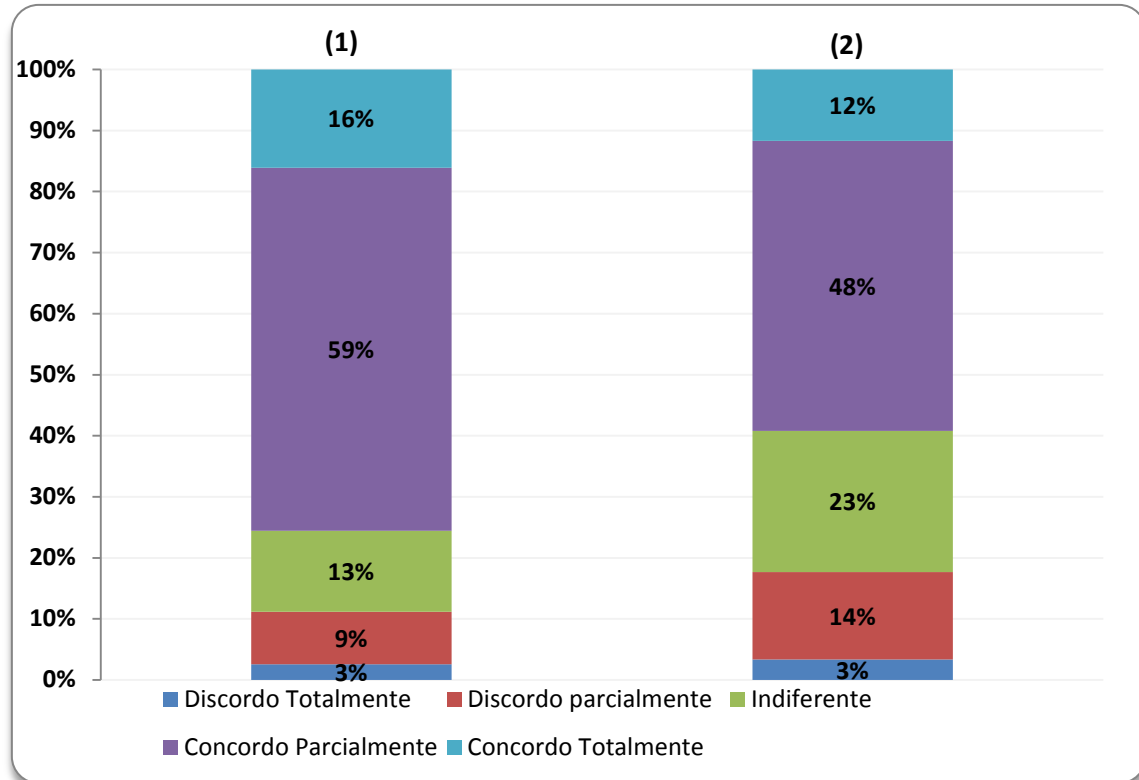
Foram feitas afirmações sobre as características do empreendedor social para os entrevistados. Os mesmos poderiam classificar as afirmações em uma escala de 1 a 5, onde 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

Com os gráficos a seguir são demonstradas conclusões sobre o que pensam os acadêmicos a respeito do perfil do empreendedor social e se eles possuem tais características.

De acordo com os resultados da pesquisa, nota-se que 16% dos entrevistados dizem ter conhecimento sobre questões econômicas, sociais e culturais, e 12% afirmam compreender conceitos de dificuldades e correlação, conforme o Gráfico 4.

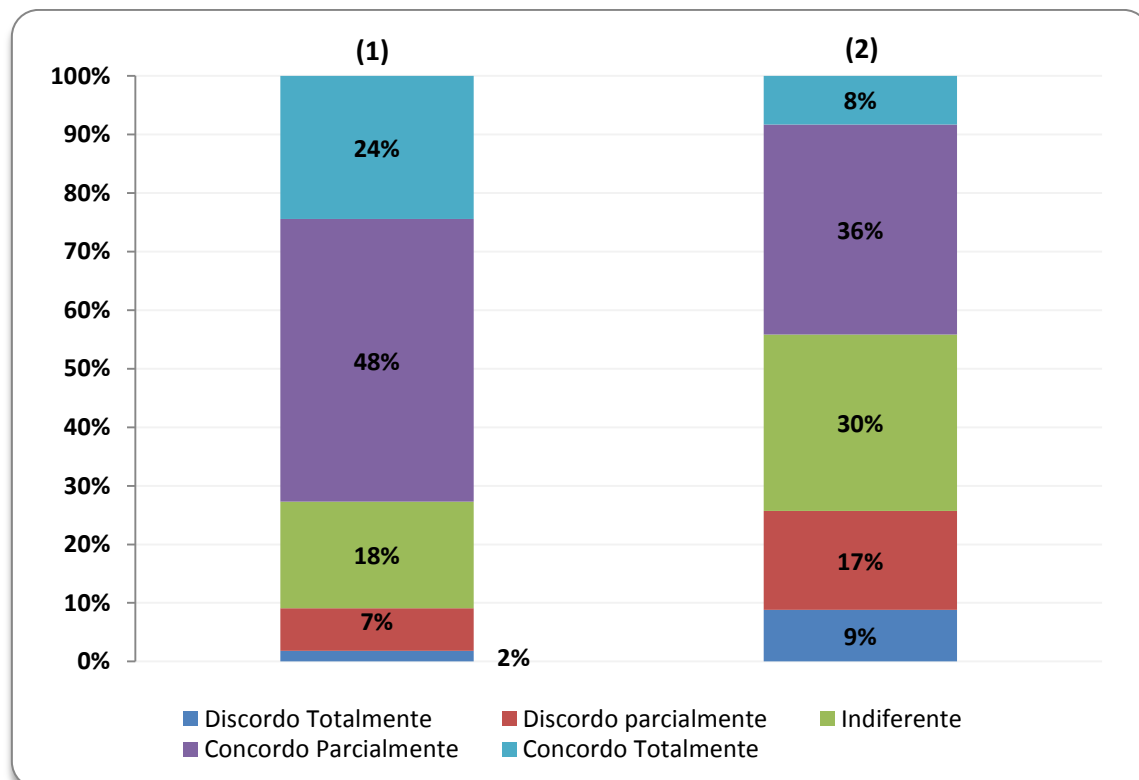
Já os que concordam parcialmente, cresce de forma significativa o percentual, onde aumenta para 59% os entrevistados que tem conhecimento sobre questões econômicas, sociais e culturais, e 48% os que relatam compreender conceitos de dificuldade e correlação. Ou seja, 75% dos entrevistados dizem possuir conhecimento sobre questões econômicas, sociais e culturais, e 60% afirmam compreender conceitos de dificuldade e correlação.

Gráfico 4 - Tenho conhecimentos sobre questões econômicas, sociais e culturais (1) e Compreendo conceitos de dificuldades e de correlação (2)



Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Gráfico 5 - Estou atualizado sobre dilemas atuais e tendências mundiais (1) e Domino processos de criação (2)



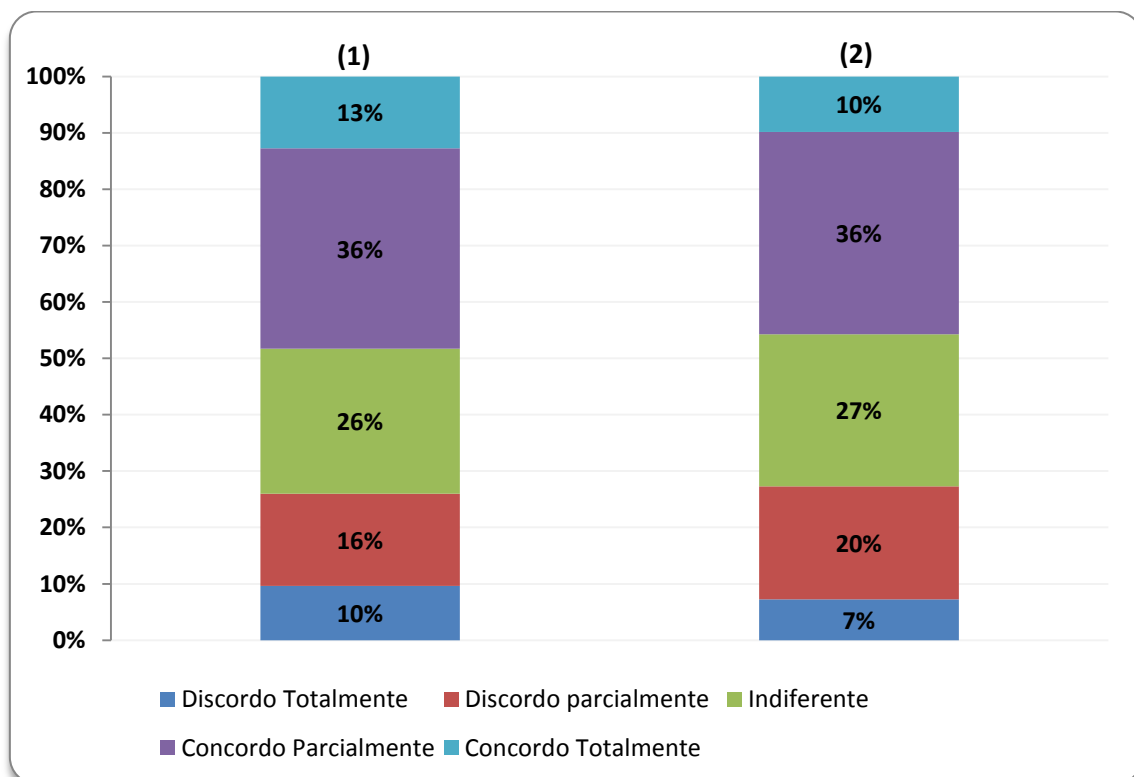
Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Ao analisar o Gráfico 5, percebe-se que 24% dos entrevistados afirmam estar atualizados sobre dilemas atuais e tendências mundiais, enquanto 8% dos entrevistados asseguram que dominam processos de criação.

Com relação os que concordam parcialmente, nota-se um aumento significativo do percentual, onde cresce em 48% os que dizem estar atualizados sobre dilemas atuais e tendências mundiais, e 36% os que relatam dominar processos de criação.

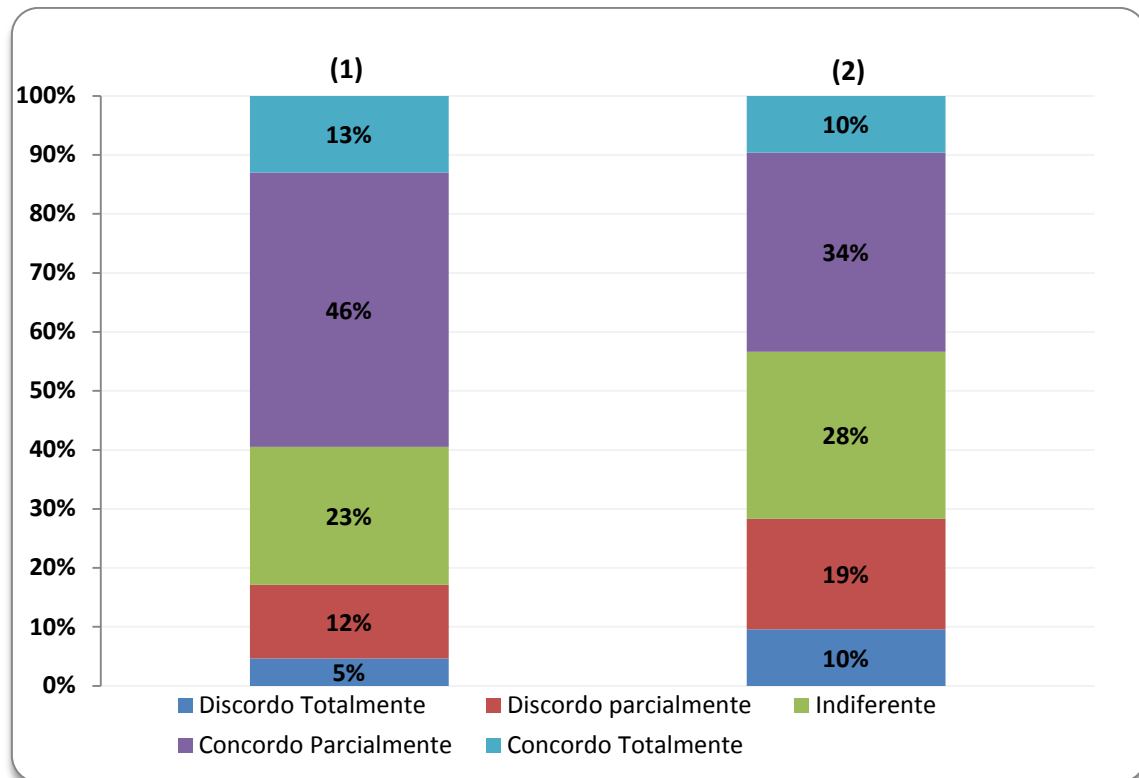
De acordo com o Gráfico 6, apenas 13% dos entrevistados asseguram que possuem compreensão mercadológica e de marketing, e 10% dizem que conhecem fundamentos de finanças. Já os que concordam parcialmente, percebe-se um aumento no percentual, 36% dizem que possuem compreensão mercadológica e de marketing, e 36% relatam conhecer fundamentos de finanças.

Gráfico 6 - Posso compreensão mercadológica e de marketing (1) e Conheço fundamentos de finanças (2)



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Gráfico 7 - Entendo os princípios de estratégia (1) e Domino os conceitos e práticas de operações empresariais (2)



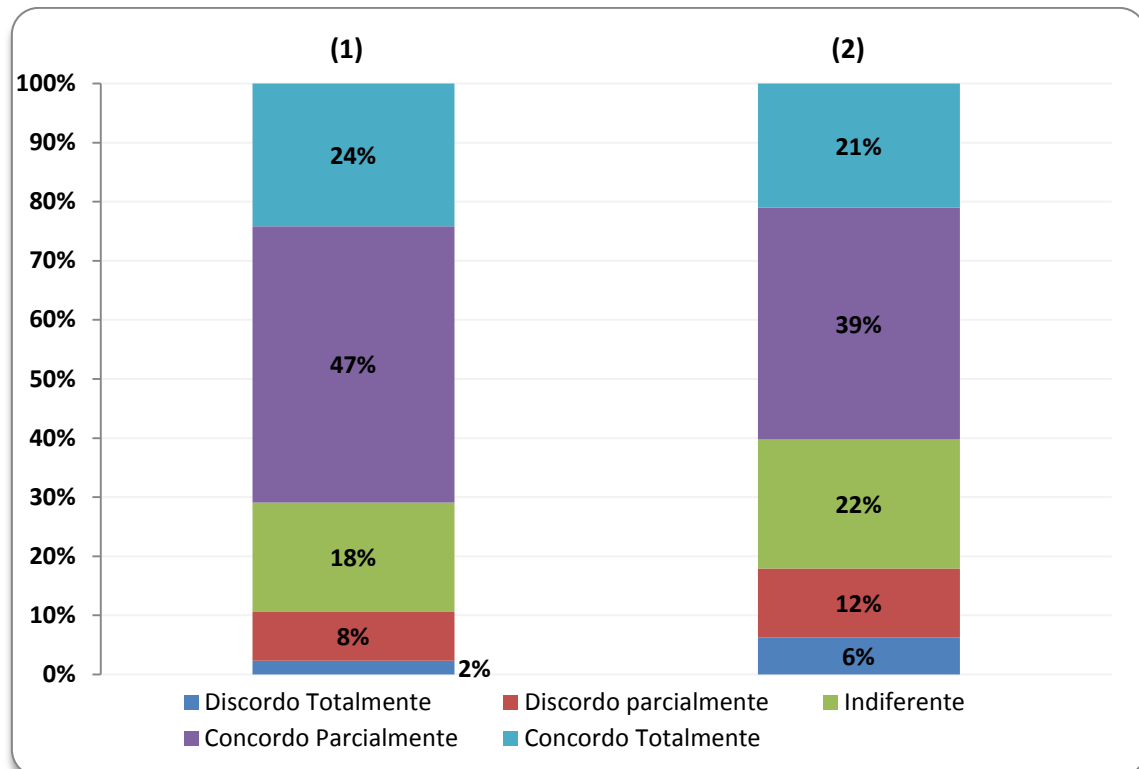
Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

De acordo com o resultado da pesquisa, 13% dos entrevistados afirmam que entendem princípios de estratégia, e 10% dizem que dominam os conceitos e práticas de operações empresariais. Enquanto os que responderam que concordam parcialmente, teve um aumento no percentual, 46% acreditam que entendem princípios de estratégia, e 34% afirmam que dominam os conceitos e práticas de operações empresariais, conforme Gráfico 7.

De acordo com os resultados da pesquisa, nota-se que 24% dos entrevistados dizem entender a influência e dinâmica do mundo digital, e 21% afirmam ser visionário, conforme o Gráfico 8.

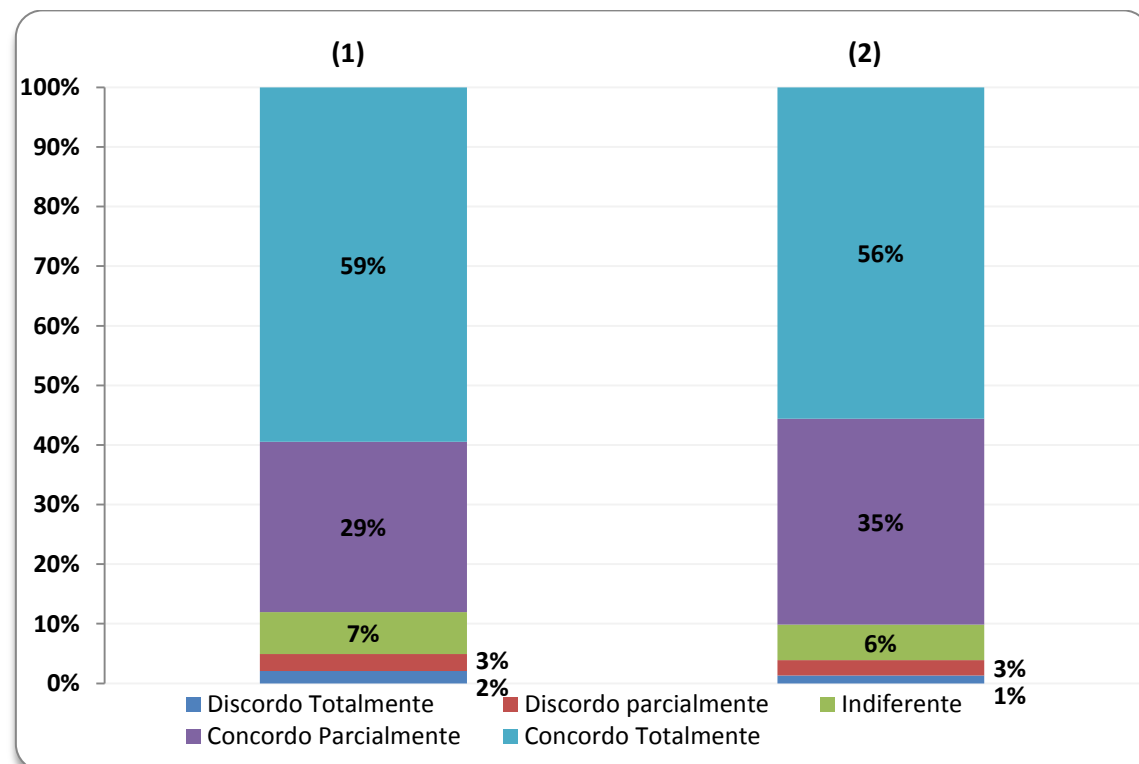
Ao analisar os que concordam parcialmente, cresce de forma significativa o percentual, onde aumenta para 47% os entrevistados que entendem a influência e dinâmica do mundo digital, e 39% os que relatam ser visionário. Ou seja, 71% dos entrevistados dizem entender a influência e dinâmica do mundo digital, e 60% afirmam que são visionários.

Gráfico 8 - Entendo a influência e a dinâmica do mundo digital (1) e Sou visionário (líder) (2)



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Gráfico 9 - Tenho senso de responsabilidade (1) e Tenho senso de solidariedade(2)



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

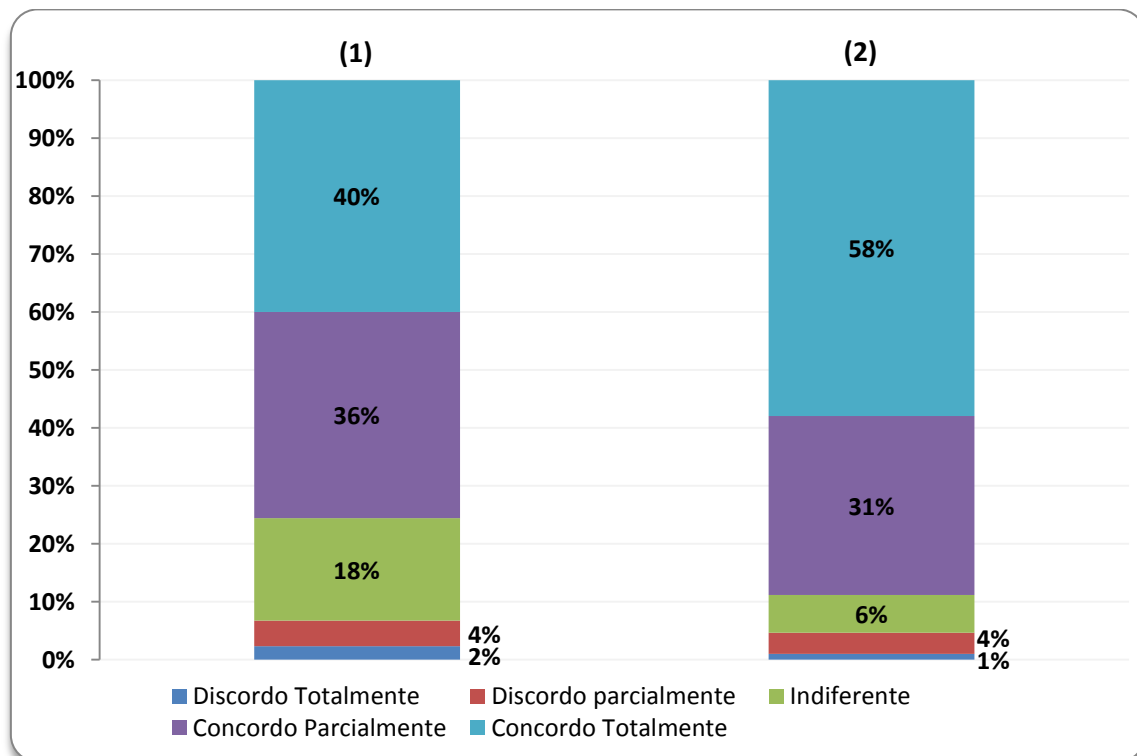
De acordo com o Gráfico 9, 59% dos entrevistados afirmam que tem senso de responsabilidade, e 56% afirmam que tem senso de solidariedade. Já os que concordam parcialmente, 29% responderam que tem senso de responsabilidade, e 35% dizem ter senso de solidariedade.

Ou seja, 88% dos acadêmicos que responderam a pesquisa tem senso de responsabilidade, e 91% tem senso de solidariedade, conforme apresentado no Gráfico 9.

Conforme os resultados da pesquisa, 40% dos entrevistados afirmam ser sensíveis aos problemas sociais, e 58% afirmam ser persistentes. Já os que concordam parcialmente, mostra que 36% dizem ser sensíveis aos problemas sociais, e 31% relatam ser persistentes, conforme Gráfico 10.

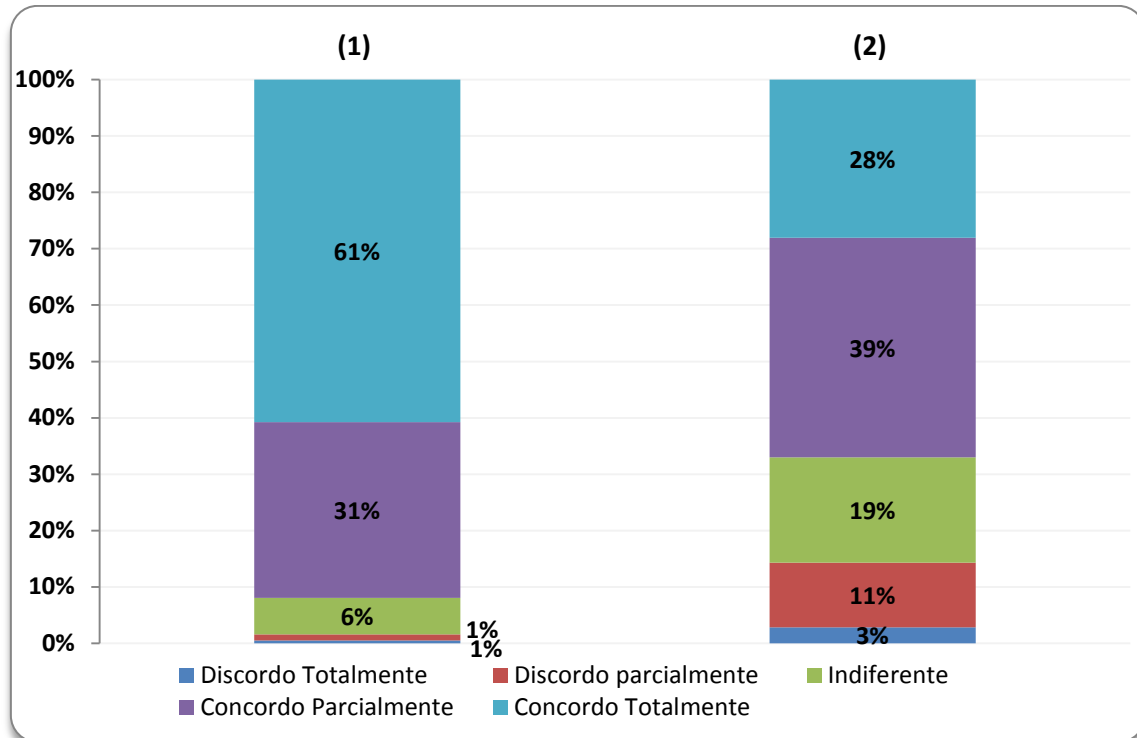
Nota-se então que 76% dos entrevistados são sensíveis aos problemas sociais, e 89% afirmam ser persistentes, como observa-se no Gráfico 10.

Gráfico 10 - Sou sensível aos problemas sociais (1) e Sou persistente (2)



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Gráfico 11 - Sou consciente (1) e Sei correr riscos calculados (2)



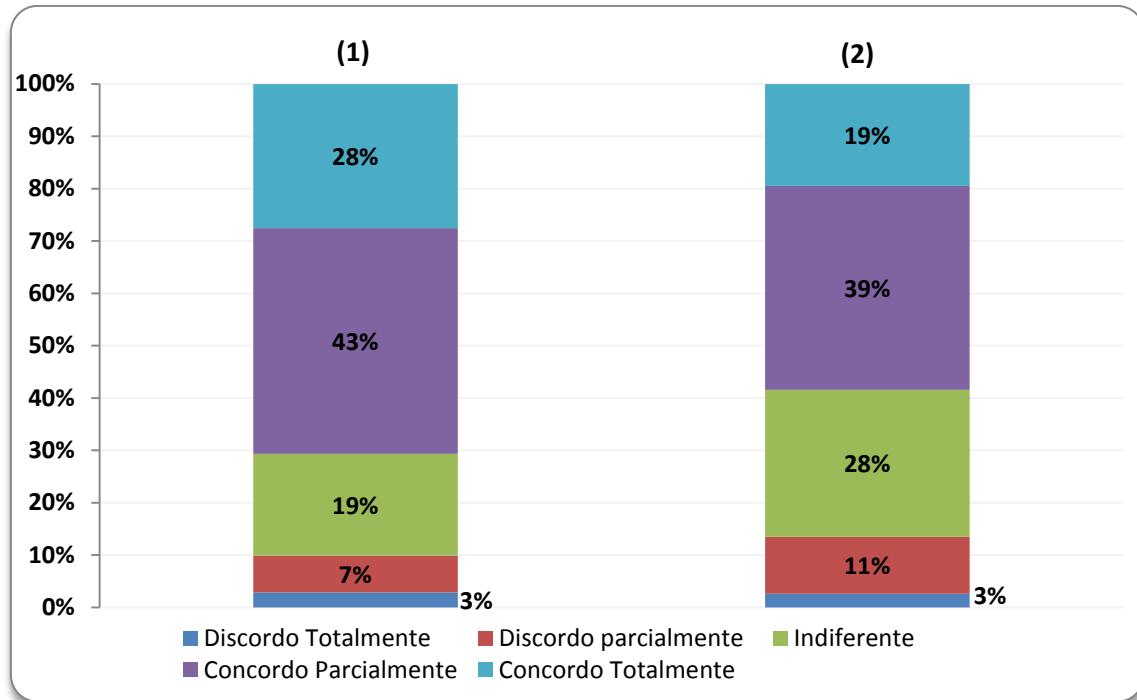
Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

O Gráfico 11, apresenta que 61% dos entrevistados afirmam que são conscientes, enquanto 28% dizem saber correr riscos calculados. Os que responderam que concordam parcialmente, 31% relatam que são conscientes, já teve um aumento significativo na porcentagem dos que afirmam saber correr riscos calculados foi de 39%. Então nota-se que 92% dos entrevistados afirmam que são conscientes, e 67% afirmam que sabem correr riscos calculados.

Como se pode observar no Gráfico 12, 28% das pessoas entrevistadas responderam que sabem usar suas forças e melhoram suas fraquezas, e 19% dos respondentes afirmam que sabem interagir com os diversos atores em torno do mesmo objetivo.

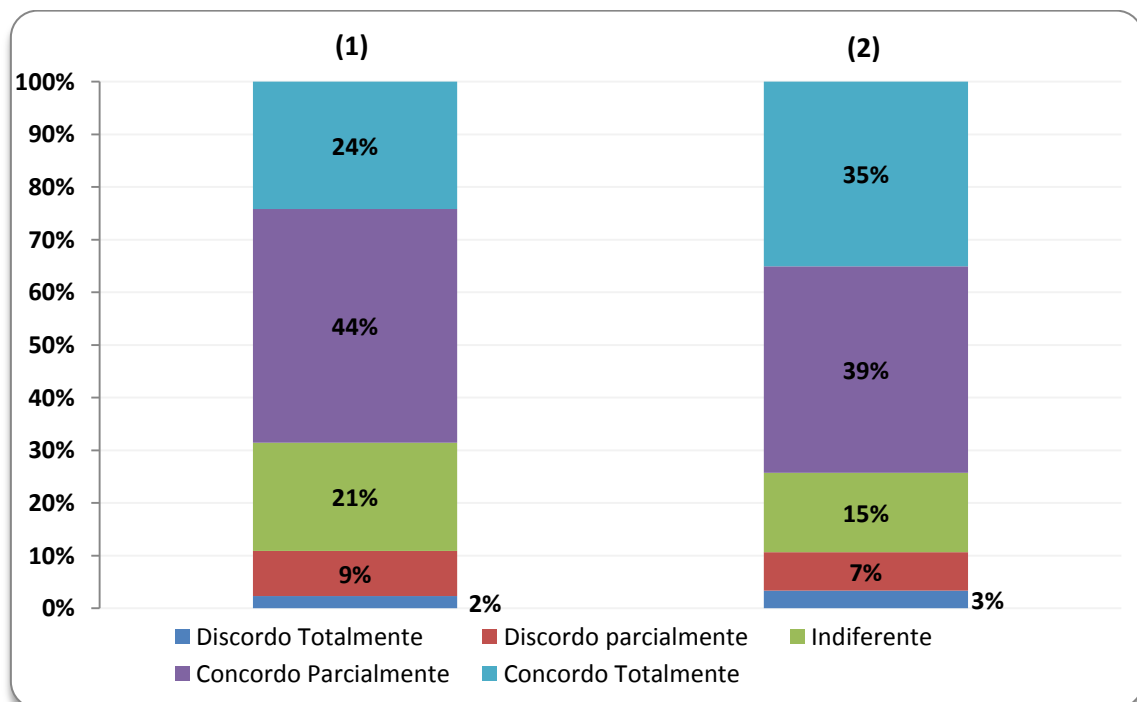
De acordo com o resultado da pesquisa, nota-se um crescimento no percentual significativo para aqueles que responderam que concordam parcialmente, 43% afirmam que sabem usar suas forças e melhoram suas fraquezas, e 39% dizem que sabem interagir com os diversos atores em torno do mesmo objetivo.

Gráfico 12 - Sei usar minhas forças e melhora minhas fraquezas (1) e Sei integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos (2)



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Gráfico 13 - Seis interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade (1) e Seis improvisar (2)



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Nota-se que 24% dos entrevistados afirmam que sabem interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade, já os 35% dos entrevistados responderam que sabem improvisar, conforme o Gráfico 13.

Já os entrevistados que responderam que concordam parcialmente, 44% relatam que sabem interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade, e 39% responderam que sabem improvisar. Ou seja 68% dos respondentes dizem que sabem interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade, e 74% afirmam que sabem improvisar.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como principal foco explanar sobre o empreendedorismo social, entender conceitos e identificar suas características. Assim como analisar o nível de conhecimentos dos acadêmicos de graduação de Campo Grande/MS sobre o empreendedorismo social.

Com os dados coletados no questionário obteve-se a visão do nível de conhecimento sobre o empreendedorismo social e de quais atributos pessoais estes acadêmicos possuem comparados com as características necessárias descritas que um empreendedor social possui.

Como futuros profissionais, os graduandos responderam que possuem conhecimento sobre questões econômicas, sociais e culturais, correspondendo assim a 88% dos entrevistados, e responderam também que estão atualizados sobre dilemas atuais e tendências mundiais correspondendo a 90%.

Dentro dos atributos necessários para que o empreendedor social precisa ter 56% dos acadêmicos entrevistados afirmam não dominar processos de criação, 52% relatam que não possuem compreensão mercadológica e de marketing.

Foi perguntado ainda se os entrevistados conhecem sobre fundamentos de finanças e 54% dizem não conhecer muito sobre o assunto. Outra questão abordada é se dominam os conceitos e práticas de operações empresariais e 57% afirmam não dominar as práticas.

Outro ponto abordado nesta pesquisa é se entendem a influência e dinâmica do mundo digital, e 89% dizem estar atualizados e compreendem como funciona esta dinâmica.

Os acadêmicos em sua grande parte responderam que possuem o perfil de um empreendedor social, 95% afirmaram que tem senso de responsabilidade, 97% afirmam ter senso de solidariedade e ainda 94% relatam que são sensíveis aos problemas sociais.

Ainda 95% dos entrevistados dizem que são persistentes e 98% dizem que são conscientes todos estes atributos que os acadêmicos afirmam possuir são indispensáveis para o empreendedor social, pois não é uma tarefa fácil transformar a sociedade dos dias atuais, e tais características são fundamentais para o sucesso do empreendedor social.

Outro assunto abordado nesta pesquisa é se os entrevistados sabem usar suas forças e melhoram suas fraquezas e 90% afirmam que sabem como trabalhar este ponto.

De todos os entrevistados 89% acreditam que sabem interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade, e ainda sabem improvisar.

Através desta pesquisa foi possível conhecer qual é o perfil dos futuros profissionais, independente de sua formação acadêmica em sua maior parte possuem os atributos necessários que um empreendedor social precisa ter, sabendo que em alguns pontos precisa ser aperfeiçoado ou até mesmo desenvolvido.

Sugere-se, então, para futuras pesquisas um estudo aprofundado sobre este tema que muitos ainda desconhecem, porém que é de fundamental importância para a sociedade. Além disso, tem-se como sugestão trabalhos voltados para o âmbito social com os acadêmicos que serão o futuro da sociedade, este tipo de trabalho ajudará estes futuros profissionais a desenvolverem os atributos necessários que um empreendedor social precisa possuir.

Por fim conclui-se que o empreendedorismo social são pessoas que constroem e transformam as instituições e a sociedade a fim de solucionar problemas sociais, e sua missão não é apenas obter lucro, mas sim transformar a sociedade em todos os aspectos. Nota-se que os acadêmicos em sua maior parte possuem tais atributos, porém que ainda precisa ser melhorado e ainda mais que eles possam ver que independente de sua formação acadêmica eles podem ajudar a transformar a sociedade em que vivem.

REFERÊNCIAS

- ARANTES, E. C.; HALICKI, Z.; STADLER, A.(Org.). **Empreendedorismo e responsabilidade social** [livro eletrônico]. 2. ed. Curitiba: InterSaberes, 2014.
- ASHOKA BRASIL, **Empreendedorismo social** <http://brasil.ashoka.org/conceito-0>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.
- BORNISTEIN, D.; DAVIS, S. **Social entrepreneurship: what everyone needs to know**. New York: Oxford University Press, 2010. (Tradução da autora)
- CAPELO, S. **Empreendedorismo social: legados da formação cidadã para os 80 anos de Londrina**: Magz, 2014.
- CARDOSO, G. **Mude você o mundo**. 1. ed. São Caetano do Sul/SP: Lura Editorial, 2015.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. Barueri: Manole 2012.
- CHIAVENATO, I. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa**. 7 ed. Barueri: Manole, 2009.
- DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e Técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5.ed. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC,2014.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. 6 ed. São Paulo: Pioneira, 1987.
- FELICIANO, J. F.; STATTER,G. **Empresariado, empreendedorismo e desenvolvimento em Angola e Moçambique**. Rio de Janeiro: Centro de estudos africanos, 2008.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- HEERDT, M. L.; LEONEL, V. **Metodologia Científica e da Pesquisa: Livro didático**. 5. ed. rev. e atual. Palhoça: Unisul Virtual, 2007.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2.ed. São Paulo: Person Prentice Hall 2011.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2004. Tese (Doutorado em Serviço Social)- Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.

PAROLIN, S. R. H.; VOLPATO, M. **Faces do empreendedorismo inovador**. 3 vol. Curitiba: SENAI/SESI/IEL, 2008

REIS, E. P.; ARMOND, A. C. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESDE Brasil S.A, 2012

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.