

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL

ENTREPRENEURSHIP SOCIAL AU BRÉSIL

Lucia Marisy Souza Ribeiro de Oliveira
lucia.oliveira@univasf.edu.br
Dra. em Desenvolvimento Sócioambiental
Professora Associada IV (Univasf)

Luciana Souza de Oliveira
luciana.ifsertao-pe@gmail.com
Dra. em Desenvolvimento Socioambiental
Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão
Pernambucano.

Bruno Cezar Silva
brunocezzar@gmail.com
Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social e doutorando em
Agroecologia e Desenvolvimento Territorial (Univasf)
Docente do curso de Direito da FTC Petrolina

Henrique Pereira de Aquino
henry_br@hotmail.com
Mestrando em Extensão Rural (Univasf)

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de discutir conceitualmente, a partir de um estudo bibliográfico acerca da produção acadêmica sobre empreendedorismo social no Brasil, destacando a diferença entre o empreendedorismo empresarial, responsabilidade social e negócio de impacto social. Trata-se de um estudo descritivo, que teve como campo, publicações apreendidas via oGoogle, a fim de localizar a produção disponível em comparação com aquela relacionada ao empreendedorismo clássico. A busca foi feita por título, por instituição e

132

por autor. A conclusão da discussão é que o tema não tem despertado o interesse de grande número de pesquisadores, sendo irrelevantes as informações disponíveis.

Palavras – Chave: Empreendedorismo Social; Responsabilidade Social; Negócios de Impacto Social.

ABSTRACT

This article aims to investigate the state of the art of academic production on social entrepreneurship in Brazil, highlighting the difference between entrepreneurial entrepreneurship, social responsibility and social impact business. It is a descriptive research, carried out on the internet through Google, in order to locate the production available in comparison with that related to classic entrepreneurship. Search was made by title, by institution. and author. The conclusion is that the topic has not aroused the interest of a large number of researchers, the information available being irrelevant.

Keywords: Social Entrepreneurship; Social responsibility; Social Impact Business.

RESUMÉE

Cet article vise à étudier l'état de l'art de la production universitaire sur l'entrepreneuriat social au Brésil, ensoulignant la différence entre l'entrepreneuriat entrepreneurial, la responsabilité sociale et les entreprises à impact social. Il s'agit d'une recherche descriptive, réalisée sur internet via Google, afin de situer la production disponible par rapport à celle liée à l'entrepreneuriat classique. La recherche a été effectuée par titre, par institution et par auteur. La conclusion est que le sujet n'a pas suscité l'intérêt d'un grand nombre de chercheurs, les informations disponibles étant dénuées de pertinence.

Mots clés: Entrepreneuriat social; Responsabilité sociale; Entreprise à impact social.

INTRODUÇÃO

Embora atividades empreendedoras sejam recorrentes ao longo da história da humanidade, o conceito de empreendedorismo social é recente e está em construção. Quem primeiro o usou foi o economista austríaco Joseph Alois Schumpeter (1883-1945), que em 1942 publicou o livro *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, onde a Teoria da Destruição Criativa foi abordada. Nessa teoria, ele explica o empreendedorismo, com a criação de serviços, produtos e empresas inovadoras, como uma resposta às necessidades do consumidor.

Fato curioso ocorreu em 1998, quando a *Schwab Foundation for Social Entrepreneurship*, teve dificuldades para registrar sua fundação na Suíça, porque precisava traduzir o termo social entrepreneurship para os idiomas alemão e francês e essa expressão não existia no léxico desses idiomas (SCHWAB, 2008). Schwab, que é fundador do Fórum Econômico Mundial, permitiu que em 2002, o *World Economic Forum's Annual Meeting*, fizesse constar de seu programa uma sessão denominada *Come Meet the Social Entrepreneurs* (SCHWAB, 2008). Foi somente em 1998, que estudo de Greg Dees sobre o conceito de empreendedorismo social foi escrito e revisado pelo próprio autor em 2001, descrevendo as diferenças entre o empreendedor clássico e o empreendedor social, ainda de forma superficial (DEES, 2001 p.10)

Sobre o assunto, Melo Neto & Fróes, (2002,p.9), dizem que o empreendedorismo social direciona o foco de sua atuação para a sociedade, envolvendo em seu plano de ação o governo, o setor privado e a comunidade que são setores que detêm um papel fundamental de transformação e poder de impacto, incluindo também as questões

ambientais. Diferentemente do empreendedorismo tradicional, o objetivo do empreendedorismo social é sempre transformar a realidade de comunidades pobres, melhorando a qualidade de vida das populações, em vários aspectos: saúde, alimentação, moradia, geração de trabalho e renda, lazer, recreação, cultura, etc. Na mesma direção, Dees (2002, p.13), afirma que o empreendedorismo social se difere do empreendedorismo tradicional apenas na forma de atuação de um e de outro. Enquanto o empreendedorismo clássico tem como foco iniciativas que valorizam o potencial criativo dos sujeitos visando o lucro, o empreendimento social objetiva criar estratégias para solucionar problemas coletivos. Um é individual e o outro coletivo, porém as ferramentas operacionais são as mesmas (ROBBINS, 2012, p.23).

Convergindo para a compreensão dos dois autores citados, RAO (2015),

Informa que o empreendedorismo social é um processo que envolve pessoas que aplicam os seus conhecimentos e experiências profissionais a favor do outro, a fim de colaborar, visando além do lucro. E claro, esses conhecimentos não são natos. Eles podem ser aprendidos, embora determinadas pessoas naturalmente demonstrem mais aptidões para agir em função do coletivo.

Bornstein e Davis (2010, p.8), apontam mudanças significativas na teoria econômica que reinou absoluta durante os século XX e início do século XXI, no sentido de reinserir a ética e os valores morais na função dos agentes de mercado, na compreensão de que há intensa conjugação de fatores de ordem sociológica e antropológica que impulsionam o empreendedorismo social como conceito transformador e complementam: “O que nós estamos assistindo no campo do empreendedorismo social é a intersecção dessas forças que foram

liberadas.”(BORNSTEIN; DAVIS, 2010, p.13).Justifica essa afirmação, prêmios ganhos por lideranças sociais de prestígio internacional como, Muhammad Yunus (Prêmio Nobel da Paz em 2006) e Amartya Sen (Prêmio Nobel de Economia de 1998).Essa a razão da reivindicação de revisão dos conceitos econômicos que não se alinham a essa nova concepção de empreendedorismo, mesmo o clássico, tido como neutro.

Como sintetiza Jean-Paul Maréchal (2006, p.32), após examinar a influência da teoria econômica na política: “tanto no plano nacional como no internacional, instaura-se a dominação de uma visão do mundo baseada numa teoria redutora do ser humano – remetido a *homo aeconomicus*–, visão que reduz tudo ao seu valor mercantil.”

Ao tratar do assunto,Diamandis, um dos fundadores do Singularity diz: muitas mudanças importantes estão surgindo no mundo, como tecnologias sociais, o modelo Faça Você mesmo, sugerindo que homens, mulheres e crianças podem ser capacitados para tomarem as rédeas das suas vidas, dependendo cada vez menos de governos e de grandes corporações (DIAMANDIS, 2015, p.9).

Jeff Skoll (2013), defineempreendedores sociais como pessoas sonhadoras práticas que têm o talento, a habilidade e a visão para resolver os problemas, para mudar o mundo para melhor, operando em um livre mercado onde o sucesso é medido não apenas em lucros financeiros mas também na melhoria da qualidade de vida das pessoas(SKOLL, 2013, p.5).

Por Terceiro Setor, incluem-se as organizações que possuem as seguintes características:

- a. Não serem governamentais;
- b. Não serem mercantis, ou seja, serem constituídas sem finalidade lucrativa e sem distribuição de lucros entre os associados;

- c. Possuírem finalidade voltada à oferta de serviços públicos; e
- d. Serem de natureza privada, oriundas da iniciativa da sociedade civil.

METODOLOGIA

Esse artigo faz uma discussão conceitual a partir de uma pesquisa bibliográfica que teve como objetivo identificar a produção acadêmica disponível na internet sobre empreendedorismo social, estabelecendo a distinção entre empreendedorismo empresarial, empreendedorismo social, negócio com impacto social e responsabilidade social. A busca de dados foi feita por autor e por instituições que já possuem tradição como empreendedoras sociais e por título onde o termo aparece. Sobre empreendedorismo empresarial foram localizadas 11 publicações, abordando a forma como as empresas atuam junto aos seus clientes e a população mais diretamente impactada pelo seu *modus operandi*, na perspectiva de criar para as mesmas uma imagem positiva, solidária, cooperativa e de preocupação com o bem estar dos seus colaboradores diretos ou indiretos, ainda que na prática os resultados não indiquem tais ocorrências. Sobre o empreendedorismo social, a produção encontrada é restrita. Foi localizado um livro, uma dissertação de mestrado e dois textos. Nesse material, os conceitos e as teorias são convergentes, já que todos os autores abordam esse segmento como atuação específica das organizações não governamentais que ao identificarem problemas a serem solucionados, se organizam no sentido de encontrar fontes de financiamento e estratégias organizativas do coletivo. Trata-se de atividade educativa, que demanda práticas pedagógicas para internalização dos processos e formação do sujeito social que ao se modificar, modifica o outro com quem interage. Negócios com impacto

social foi o tema onde maior quantidade de informações foram identificadas, 15 ao todo, sendo a maioria produzida pelo Sistema S, com indicações formatadas de como agir para se obter sucesso, sem, entretanto, considerar as especificidades de cada sujeito e de cada grupo. A temática, portanto, é um campo aberto para investigações na academia, até para maior aprofundamento sobre conceitos que aparentemente possuem significados semelhantes, mas que não guardam similaridade entre si.

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR SOCIAL

Dentre as características importantes para atuar em ações identificadas como de empreendedorismo social, pode-se destacar:

- Criatividade – capacidade para buscar soluções diversas para problemas comuns, fora do que se estabelece como convencional.
- Iniciativa – sentir-se responsável pela transformação que a sociedade requer e iniciar o processo.
- Pensamento Estratégico – Perceber a importância de planejar com vistas ao objetivo que se pretende alcançar.
- Autoconfiança – Acreditar no seu potencial e demonstrar para o outro a viabilidade da proposta.
- Otimismo – Encarar o erro como possibilidade de aprendizado e não temer cometê-lo na busca pelo seu ideal.
- Resiliência – Adaptar-se às condições existentes, porém resistir quando elas não forem favoráveis.

- Adaptação – Ser flexível e mudar quando essa atitude for recomendável.
- Manejo da Ansiedade e Riscos – Capacidade de abandonar a sua zona de conforto para enfrentar desafios novos.
- Desejo de Protagonismo – Vontade de se destacar por querer mudar o mundo.

Normalmente os projetos sociais quando são executados com profissionalismo e comprometimento, trazem benefícios para as populações neles envolvidas, com melhoria na qualidade de vida, acesso à cultura e uma vida com expectativas novas. Porém, o empreendedor social também se beneficia ao transformar realidades incômodas, quer pela auto-realização; quer pela satisfação de ter promovido a inclusão na sociedade de pessoas excluídas das políticas públicas; quer pelo orgulho de ter conseguido feitos que outros sequer tentaram. Pode-se mesmo afirmar que é uma tendência mundial, colocar em prática o capital social e o capital humano assimilados pelas pessoas que desejam potencializar os vínculos de confiança, solidariedade, cooperação, responsabilizando-se pelas mudanças necessárias a uma sociedade mais justa e menos desigual.

Iniciar um programa, projeto, negócio ou ação social não é algo fácil, a começar pelo mapeamento das necessidades do local onde se pretende investir. As vezes os problemas são tantos e imbricados entre si que fica difícil estabelecer qual a prioridade a ser atacada. Esse sentimento de insegurança pode levar a intervenção a fracassar, pela falta de foco e, pela inexperiência do empreendedor social. O mais importante é ter claro a mudança que se pretende obter, mesmo que a ansiedade dos participantes por ações práticas imediatistas, os deixem frustrados com a demora nos resultados.

Não são poucas as ações práticas que demandam capacitação dos atores locais para o seu enfrentamento. Sem essa etapa, todo o trabalho poderá ficar comprometido. O empreendedor tem de ser firme na definição da hierarquia das etapas, ainda que haja um certo desalento por parte da população ou de parte dela, por querer que os resultados sejam antecipados.

São erros cotidianamente observados, já que o empreendedorismo social no Brasil data da década de 1990, após a redemocratização do país e sobretudo, após a constituição de 1988, quando o estado muito ausente do apoio às populações tradicionais e aos movimentos sociais, cedeu espaço para o surgimento das Organizações Não Governamentais atuarem onde a sua ausência era determinante da pobreza e da exclusão social.

Foram centenas de organizações do terceiro setor surgidas, algumas mais profissionais com propostas eficazes e outras nem tanto. Passados trinta anos, a pobreza continua existindo em menor quantidade e as ONG`s hoje passam por muitas dificuldades para captar recursos a fim de implementar os seus projetos, pela crise mundial que assola os países, mas também pelas exigências feitas aos empreendedores na avaliação dos impactos causados pela intervenção, o que nem sempre é algo que os mesmos detenham a competência para fazê-lo, eliminando a possibilidade de continuidade dos mesmos.

FAZENDO A DISTINÇÃO ENTRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL, NEGÓCIOS SOCIAIS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para um melhor entendimento dessa abordagem, necessário se faz a distinção entre empreendedorismo social, negócios sociais e responsabilidade social.

Empreendedorismo social é o processo pelo qual cidadãos constroem ou transformam instituições para promover soluções para problemas sociais como pobreza, doença, analfabetismo, destruição ambiental, abuso dos direitos humanos e corrupção, com o objetivo de tornar a vida melhor para muitos.(BORNSTEIN; DAVIS, 2010, p.10). Os empreendedores sociais desempenham o papel de agentes da mudança no setor social ao adotar uma missão para criar e manter valor social; reconhecer e procurar obstinadamente novas oportunidades para servir essa missão; empenhar-se num processo contínuo de inovação, adaptação e aprendizagem; agir com ousadia sem estar limitado pelos recursos disponíveis no momento; e Prestar contas com transparência às clientelas que servem e em relação aos resultados obtidos (DEES, 2001, p.10).

Para Mari Regina et al (2018, p.36), Negócios de Impacto Social são empresas que existem a fim de promover soluções para problemas sociais da população de baixa renda. O seu objetivo é causar o impacto positivo em uma comunidade, ampliando as perspectivas de pessoas marginalizadas pela sociedade, aliada a possibilidade de gerar renda compartilhada e autonomia financeira para os indivíduos de classe baixa. Esses negócios possuem características específicas ao objetivo central da empresa, abrangendo os seguintes atributos para seu desenvolvimento; levantamento de emergência da população de baixa renda; empreendedores envolvidos com foco e objetivo de possibilitar o impacto social; ampliação ilimitada quando o resultado é atingido e fornece o esperado, possibilitando a sua aplicabilidade de

adaptação conforme a necessidade; sua rentabilidade é o resultado do impacto social e não dependente de doações; o compartilhamento dos ganhos financeiros pode ou não existir no negócio, mas o lucro não é uma regra para a existência do mesmo.

Já a Responsabilidade Social, na visão de Frei Beto (2001, p.9), ocorre na empresa porque, uma organização consciente da sua responsabilidade social para com a comunidade, não pode limitar-se a atender suas demandas organizacionais e os interesses dos seus empregados. Além do mais, ao atender a uma demanda da população do seu entorno, essa empresa faz um trabalho midiático que melhora a sua imagem junto aos consumidores dos seus produtos. Idéia contrária a essa tem Milton Friedman (1985, p.45), ao afirmar que a empresa não deve envolver-se com ações que fujam do seu objetivo principal que é gerar lucro. Na sua visão, é o poder público que deve se preocupar com as causas sociais e não a empresa privada, que desde a sua criação, já tem definido qual é o seu negócio.

Para Melo Neto e Brennand (2004, p.13), a responsabilidade social está inerente a uma ação compromissada diariamente, associada a um objetivo de transformação social aplicada por um modelo de gestão inovador. Para um resultado positivo e que atenda as expectativas do comprometimento constante e mudanças sociais, essas operações nas empresas são utilizadas como estratégias que colaboram para o resultado de suas atividades e contribuição social, gerando oportunidades e novos conceitos de coordenação das mesmas.

Para Mari Regina et al (2018, p.58):

(...) a Responsabilidade Social é um conjunto de ideias e práticas da organização que fazem parte de sua estratégia e que tem como objetivo evitar prejuízos e/ou gerar benefícios para todas as partes interessadas (*stakeholders*) na atividade da empresa (consumidores, empregados, acionistas,

comunidade local, meio ambiente etc.), adotando métodos racionais para atingir esses fins e que devem resultar em benefícios tanto para a organização como para a sociedade.

Na visão clássica, empreender é também saber identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo. Quando um empreendedor percebe uma necessidade dos consumidores, ele consegue criar uma maneira de resolver o problema, oferecendo um produto ou serviço que dê uma experiência de mais qualidade ao cliente, agregando valor a ele. Essa solução pode ser transformada em um negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema do empreendedorismo social na academia ainda é visto pela maioria dos pesquisadores como algo desinteressante, à exceção dos profissionais das áreas de administração, marketing e das engenharias, por uma visão equivocada sobre a fundamentação e os princípios que norteiam essa ação, normalmente destinada a populações que carecem de apoio para o seu desenvolvimento. Tal afirmativa, decorre do número insignificante de publicações sobre a temática do empreendedorismo social, especialmente no Brasil, em contraposição à relevância dada ao empreendedorismo empresarial e mesmo aos negócios com impacto social, cujos temas têm sido objeto de estudos, de pesquisa e de publicações.

O processo de globalização e a crescente relação direta entre o social e o ambiental trouxeram novas configurações, exigindo dos empreendedores sociais eficiência na execução das intervenções nas comunidades fragilizadas social e economicamente, na busca da solidariedade, da inclusão, do desenvolvimento e da coesão social (CAEIRO, 2008, p.18).

Nessa perspectiva, as organizações que pleiteiam financiamento para a implementação dos seus projetos estão sendo aperfeiçoadas para atender as essas novas expectativas. São elas:

- **ASSOCIAÇÕES** – Surgem quando pessoas que possuem interesses comuns se unem em busca de conhecimento, exercício de atividades, prestação de serviços, promoção de conhecimento, entre outras possibilidades. A sua criação deve ser livre de qualquer imposição e os associados não devem sofrer pressão nem mesmo do estado. Podem ser dissolvidas a qualquer tempo, diante das seguintes situações:

1. Não mais existirem as finalidades para as quais foram criadas;
2. Os recursos recebidos por subvenções, auxílios e contribuições da população forem aplicados para finalidades diferentes das constantes no seu estatuto;
3. Quando houver abandono da diretoria, ficando a instituição sem responsáveis para responder por ela (CF/1988).

- **FUNDAÇÕES**- são pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa, cuja constituição se dá mediante a destinação de um patrimônio (bens móveis e/ou imóveis, tais como: terrenos, construções, veículos, equipamentos, ações, dinheiro, etc), para a realização de finalidade específica, vinculadas às áreas:

1. Assistência Social;
2. Cultura, Defesa e Conservação do Patrimônio Histórico e Artístico;
3. Educação;
4. Saúde
5. Segurança Alimentar e Nutricional;
6. Defesa, Preservação e Conservação do Meio Ambiente e Promoção do Desenvolvimento Sustentável;

7. Pesquisa Científica, Desenvolvimento de Tecnologias Alternativas, Modernização de Sistemas de Gestão, Produto e Divulgação de Informações e Conhecimentos Técnico-científicos;
8. Promoção da Ética, da Cidadania, da Democracia e dos Direitos Humanos;
9. Atividades Religiosas.

Tanto as pessoas físicas, quanto jurídicas de direito privado e pessoas jurídicas de direito público, podem criar fundação e determinarem a forma de como a fundação será administrada (Lei 13.019/2014).

- **NEGÓCIO SOCIAL** –Trata-se de um tipo de organização híbrida, que incorpora elementos do segundo e do terceiro setor, bem como das empresas privadas com fins lucrativos. Se organizam respeitando as leis do mercado, mas têm como objetivo o impacto socioambiental. Não dependem de doações ou de recursos públicos para sua viabilidade financeira, pois, como exercem atividades econômicas, são autossustentáveis (MARI REGINA et al, 2018, p.72).

Segundo a Lei nº 13.019/2014, as parcerias com as organizações da sociedade civil serão realizadas mediante **transferência de recursos financeiros**, por meio de **termo de colaboração**, de iniciativa da administração pública, para execução de políticas públicas previamente definidas e **termo de fomento**, de iniciativa das organizações da sociedade civil, para fomentar projetos e atividades, visando ampliar o alcance das ações desenvolvidas pelas organizações e **sem transferência de recursos**, mediante **acordo de cooperação**, de iniciativa tanto da administração pública quanto da organização da sociedade civil, para cessão de bens e pessoal (MARI REGINA et al, 2018, p.73).

Por todas as considerações feitas, conclui-se que o empreendedorismo social é um processo coletivo gerado por um grupo de indivíduos que formam uma equipe (DUFAYS; HUYBRECHTS, 2014, p.325). É da escolha dos membros para a formação dessa equipe que o sucesso ou insucesso da intervenção será determinado, porque é o nível de comprometimento e de profissionalismo de cada um e de todos, que contribuirá para o desenvolvimento de uma resiliência coletiva frente às dificuldades naturais desse processo.

REFERÊNCIAS

ABONG. **Lei nº 13.019/2014**: Regulamentação passo a passo – 2016. 3. APRESENTAÇÃO. Abong, 2016.

BERNSTEIN, David; DAVIS, Susan. **Social entrepreneurship**: what everyone needs to know. New York: Oxford University Press, 2010.

BOFF, Leonardo. **Saber cuidar**: ética do humano. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Poder Legislativo, Brasília, DF, 05. out. 1998.

CAEIRO, Joaquim Manuel Croca. Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. **Revista Katálysis**, v. 11, 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179613968006>>. Acesso em: 18/08/2020.

DEES, J. Gregory. **The meaning of social entrepreneurship**, Center for de Advancement of Entrepreneur Ship, 2001. Disponível em: <https://centers.fuqua.duke.edu/case/wpcontent/uploads/sites/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf>. Acesso em 19/08/2020.

DIAMANDIS, Peter. Prefácio. In: **Organizações exponenciais**. São Paulo: HSM Editora, 2015.

DRAYTON, Bill. The citizen sector transformed. In: **Social entrepreneurship** – new models of sustainable social change. Oxford: Oxford University Press, 2013.

DUFAYS, F.; HUYBRECHTS, B. Connecting the dots for social value: a review on social networks and social entrepreneurship. **Journal of Social Entrepreneurship**, v. 5, n. 2, p. 214-237, 22 de Mayo. 2014.

FERRAREZI, Elisabete; REZENDE, Valéria. **Organização da sociedade civil de interesse público - OSCIP: A Lei nº 9.790 como Alternativa para o Terceiro Setor**. 2. ed. rev. e ampl. Brasília: Comunidade Solidária, 2001.

FRIEDMAN, M. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MROSC: Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil Lei nº 13.019/2014. Secretaria de Governo, Presidência da República, Brasília, DF, 2014.

MARÉCHAL, Jean-Paul. **Ética e economia: uma oposição artificial**. Lisboa: Instituto Piaget, 2006.

MARI REGINA, Anastácio et al. **Empreendedorismo Social e Inovação Social no Contexto Brasileiro**. PUCPRESS. Curitiba- PR, 2018.

MARINS, James; TEODOROVICZ, Jeferson. Extradificalidade socioambiental. In: **Doutrinas essenciais direito ambiental: tutela do meio ambiente**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

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

NICHOLLS, Alex. New models of sustainable social change. In: **Social entrepreneurship**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

RAO, Srikumar. **Renasce o imperador da paz**. Forbes. v. 162, nº 5, de 7/9/1998. Disponível em <www.ashoka.org.br> , acesso em 19/05/8/2020.

ROBBINS, Lionel. **Um ensaio sobre a natureza e a importância da ciência econômica**. São Paulo: Saraiva, 2012.

SCHUMPETER, J. **Capitalism, socialism and democracy**. New York: Harper, 1975. SUSTAINABILITY. **The social intrapreneur a field guide for corporate changemakers**. London: SustainAbility, 2008

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro, 2016.

SCHWAB, Klaus. Foreword. In: **The power of unreasonable people**. ELKINGTON, John; HARTIGAN, Pamela. Boston: Business Press, 2008.

SEN, Amartya. **Sobre ética y economía**. Tradução de Ángeles Conde. Madrid: Alianza Editorial, 2001.

SKOLL, Jeff. Preface. In: **Social entrepreneurship: new models of sustainable social change**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

YUNUS. Muhammad. Social business entrepreneur are the solution. In: **Social entrepreneurship: new models of sustainable social change**. Oxford: Oxford University Press, 2013.