

EMPREENDEDORISMO E NEGÓCIOS SOCIAIS

MANUAL DE ORIENTAÇÕES PARA APLICAÇÃO

 **EDUCAÇÃO**
EMPREENDEDORA
SEBRAE 

© 2021. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

SGAS 605 – Conj. A – Asa Sul – 70.200-645 – Brasília / DF

Telefone: (61) 0800 570 0800

www.sebrae.com.br

E-mail: educacaoempreendedora@sebrae.com.br

Site: www.sebrae.com.br/educacaoempreendedora

Presidente do Conselho Deliberativo

José Roberto Tadros

Diretor-Presidente

Carlos Carmo Andrade Melles

Diretor-Técnico

Bruno Quick Lourenço de Lima

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Unidade de Cultura Empreendedora

Gerente : Janio Macedo

Gerente-Adjunta: Flávia Azevedo

Coordenação Nacional: Luana Carulla

Equipe Técnica

Higor dos Santos Santana

Consultor Conteudista

Marcelo Cunha de Miranda Carvalho

Consultora Educacional

Maria Luiza Rodrigues Ferreira do Valle

Editoração e Diagramação

Brendo de Almeida dos Santos

Capa

Giovane Carlos

Revisão Ortográfica

Silvânia Cruz

EMPREENDEDORISMO E NEGÓCIOS SOCIAIS

Manual de Orientações para Aplicação

Sebrae

Brasília-DF

2021

Sumário

Conteúdo.....	05
Plano de Aplicação Geral.....	06
Plano de Aplicação Detalhado.....	07
Atividade 1 - Boas-vindas.....	07
Atividade 2 - Quem é o Empreendedor Social?.....	08
Atividade 3 – Empreendedorismo e Negócios Sociais.....	09
Atividade 4 – Pesquisa sobre Empreendedorismo e Negócios Sociais no Brasil.....	14
Fechamento.....	16
Bibliografia e Sugestões de Suporte à Aprendizagem.....	18
Sites.....	18
Vídeos.....	19
Anexos e Textos de Apoio.....	20
Texto de Apoio 1 - Empreendedorismo Social.....	20
Texto de Apoio 2 - Desenvolvimento Social No Brasil.....	23

Apresentação

Há quem diga que o mundo mudou. Para pior.

Há quem diga que a geração passada foi responsável por destruir boa parte do ecossistema e agora as gerações têm de pagar pelo pecado dos pais. Há quem diga que o pior ainda está por vir.

Mas há também quem diga que esse é o melhor tempo que há para se trabalhar e gerar mudanças. O advento da tecnologia e o avanço dos estudos humanos e sociais colaboram para a integração de ações cada vez mais inteligentes e eficientes no combate às complexas questões socioambientais.

Há quem diga que o mundo está desperto e que há mais consciência hoje do que em todas as últimas décadas somadas. Que essa consciência é alimentada por uma geração ávida por mudanças, que não se satisfaz com o estabelecido e que tem tudo o que é preciso para gerar as mudanças mais profundas que o planeta já viu. Mudanças para melhor.

E no meio dessas correntes nasce o Empreendedorismo Social, uma modalidade específica de empreendedorismo direcionada a negócios sociais. Empreendimentos e pessoas dedicadas a atacar questões sociais complexas e gerar impacto positivo nas comunidades e no meio ambiente, gerando lucro, desenvolvimento e transformação.

E tudo isso acontece de forma coletiva. Grupos e mais grupos trabalham imbuídos de uma nova consciência sobre si e sobre o mundo e, juntos, buscam aquilo que as gerações anteriores foram incapazes de conquistar: desenvolvimento sustentável.

Uma coisa que se sabe é que para chegar rápido você vai sozinho; para chegar longe, você vai acompanhado.

E como dizia a minha avó, *“é junto dos bão que nós fica mió”*

Conteúdo

A **oficina Empreendedorismo e Negócios Sociais** traz, de forma resumida, o básico que se precisa saber sobre o tema. Aqui são trabalhados os conceitos-chave e uma pesquisa para expandir a compreensão dos alunos sobre o tema e, mais importante ainda, fazê-los mergulhar nos desafios e conhecer um pouco mais sobre os agentes de mudança dos tempos em que vivemos.

A oficina é organizada em um único encontro de duas horas de duração. A sugestão é de que seja aplicada em um único período e sem intervalos.

Ela está dividida em quatro atividades, organizadas da seguinte forma:

- **Boas-vindas:** Recepção e boas-vindas aos alunos.

- **Quem é o Empreendedor Social?** Atividade de exposição teórica sobre o que faz do empreendedor um empreendedor social.
- **Empreendedorismo e Negócios Sociais:** Demonstração do que caracteriza um negócio social, a diferença entre ele e um convencional, as áreas de atuação e o que caracteriza um empreendedor social.
- **Pesquisa sobre Empreendedorismo e Negócios Sociais no Brasil:** Pesquisa e apresentação de alguns empreendedores e negócios sociais atuantes no Brasil.
- **Fechamento:** Encerramento da oficina.

Além disso, dois textos de apoio acompanham o material. Esses textos oferecem informações relevantes para você, educador ou educadora, enriquecer sua atuação na condução desta oficina. Eles podem ser estudados com antecedência e, se você achar relevante, ser impressos e entregues aos participantes ao final da oficina.

Plano de Aplicação Geral

Empreendedorismo e Negócios Sociais	
Resumo	A oficina Empreendedorismo e Negócios Sociais apresenta os conceitos-chave necessários sobre o tema e um exercício-pesquisa sobre agentes de transformação ativos no Brasil.
Objetivo	<p>Nesta oficina pretende-se trabalhar as seguintes competências:</p> <p>Cognitiva</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Conhecer as premissas e os conceitos-chave sobre empreendedorismo social. <p>Atitudinal</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Perceber a importância e lógica de funcionamento desse novo tipo de negócio; ○ Participar ativamente de uma pesquisa sobre Empreendedores e Negócios Sociais ativos no Brasil. <p>Operacional</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Executar as atividades propostas, aplicando o conteúdo trabalhado na oficina.
Estratégias de Aprendizagem	Conteúdo Expositivo, Pesquisa, Apresentação e Projeção de slides e vídeos.

Atividade	Tempo	Estratégias	Recursos
Boas-vindas	10'	Exposição Dialogada e Projeção de Slides	Slides 1 e 2
Quem é o Empreendedor Social?	15'	Exposição Dialogada, Projeção de Slides e Projeção de Vídeos	Vídeo "Quem se Importa"

Empreendedorismo e Negócios Sociais	25'	Exposição Dialogada, Projeção de Slides e Projeção de Vídeos	Slides 3 a 9 Vídeo "O que são negócios sociais?" Texto de Apoio 1 Texto de Apoio 2
Pesquisa sobre Empreendedorismo e Negócios Sociais	60'	Pesquisa e apresentação em grupo	Slides 10 e 11 Estrutura de acesso à internet e materiais de pesquisa (computadores ou smartphones com acesso à internet)
Fechamento da Oficina	10'	Exposição Dialogada	-

Obs: Os materiais e o tempo foram programados para uma oficina com no máximo 30 alunos. Um número maior ou menor de participantes pode alterar a demanda de materiais e o uso do tempo

Plano de Aplicação Detalhado

Atividade 1 - Boas-vindas

Objetivo: Recepcionar e promover a apresentação dos participantes.

Tempo: 10 minutos.

Recursos: Projeção de Slides.

- Deixe em projeção o **Slide 1**.
- Projete o **Slide 2** para iniciar a oficina.
- Dê as boas-vindas a todos os alunos de forma amigável e acolhedora.
- Diga que está satisfeito por participar desta turma e que nessas próximas duas horas trataremos de um tema cujo interesse tem sido cada vez maior tanto pelos empreendedores quanto pela comunidade em geral. Falaremos sobre o Empreendedorismo Social.
- Explique que o empreendedorismo social é recente. Ele chegou ao Brasil em 1986, época em que os negócios de impacto começaram a surgir e causar avanços na sociedade, apesar de o país ter sofrido retrocessos no caminho.
- Promova a apresentação dos participantes, pedindo que cada aluno fale rapidamente sobre si:
 - ◇ seu nome ;
 - ◇ o que faz (se for estudante escola que estuda, qual curso faz, em que nível está, etc) ;
 - ◇ o que o trouxe até aqui hoje, porque quis participar desta oficina sobre Empreendedorismo Social.

- Garanta que cada aluno tenha seu espaço e administre o tempo para que cada apresentação não ultrapasse 30 segundos.
- Em seguida, faça a sua apresentação, dizendo seu nome, o que faz e, principalmente, o que o leva a ministrar essa oficina específica.
- Findas as apresentações dê boas-vindas de novo e parabeneze todos por estarem presentes. A mera presença de cada um indica um desejo de melhorar as coisas e mudar o mundo, e isso já é um grande começo.
- Relate que empreendedores sociais são pessoas que estão preocupadas com a realidade dos menos favorecidos. Eles enxergam o mundo de forma diferente e sentem que é preciso gerar oportunidades inclusivas, que a balança está desigual, que a organização social precisa de um reajuste e que o mundo não está caminhando exatamente para um ambiente de equidade e prosperidade geral.
- Diga que vai passar um vídeo para falar um pouco sobre isso.

Atividade 2 - Quem é o Empreendedor Social?

Objetivo: Sensibilizar os alunos para a importância do papel que o empreendedor social assume.

Tempo: 15 minutos.

Recursos: Projeção de slides, projeção de vídeo.

- Passe o vídeo: Who Cares? Quem se importa?
 - ◇ <https://www.youtube.com/watch?v=WyO4pFITgew>
 - ◇ **Duração:** 5:28 min.
 - ◇ Sinopse: Um teaser do filme documentário “Quem se importa”. Filmado no Brasil, Peru, Estados Unidos, Canadá, Tanzânia, Suíça e Alemanha, “Quem se Importa” reúne 18 histórias de homens e mulheres, dentre eles, o prêmio Nobel da Paz, Muhammad Yunus, que têm como denominador comum a atuação social e transformadora. Essas pessoas arregaçaram as mangas, pensaram e executam ações que contribuem para reverter quadros sociais, ambientais, econômicos, políticos e humanos, geralmente a baixo custo e com alto impacto. A narração é de Rodrigo Santoro e a direção de Mara Mourão (diretora do documentário Doutores da Alegria).
- Pergunte a todos: Quem se importa?
- Diga que essa é a pergunta cuja resposta é a mais importante. O empreendedor social é a pessoa que se importa.
- Mas, como todo empreendedor, ele não só se importa, ele age.
- Nesse sentido pergunte a todos: todos podem mudar o mundo ou é preciso ser alguém com um dom especial para promover mudanças?
- Peça que lhe digam quais eram as condições que aqueles empreendedores enfrentaram ou que tipo de situações ou adversidades vocês imaginam que eles

foram obrigados a enfrentar.

- Será que ainda somos capazes de nos importar com os problemas da nossa comunidade, do nosso país, do nosso planeta?
- Pergunte se é possível relacionar esse trecho do filme com a oficina que estamos começando. Como?
- É importante ouvir todas as respostas e incentivar uma postura otimista em relação aos problemas atuais, demonstrando que cabe a cada um promover a mudança na sua comunidade e no seu dia a dia. Demonstre que, a partir de pequenas iniciativas, é possível realizar grandes mudanças.
- Sugira aos estudantes que assistam ao documentário inteiro, que se encontra disponível na internet.
- Prossiga dizendo que o empreendedor social é aquela pessoa que se importa. Ele se importa o suficiente para agir e realizar mudanças em prol de um mundo que acredita, em causas que acredita ou em transformações que acredita.
- Para isso, se vale de seu comportamento diferenciado, sua visão e algumas competências ligadas ao empreendedorismo, direcionadas a empreendimentos que chamamos de “Negócios Sociais”, que vamos conhecer na sequência.

Atividade 3 - Empreendedorismo e Negócios Sociais

Objetivo:

- Apresentar a estrutura dos negócios sociais e evidenciar as diferenças de outros tipos de negócios;
- Apresentar o conceito de empreendedor social e suas características empreendedoras peculiares.

Tempo: 25 minutos.

Recursos: Projeção de Slides 3 a 9 , Projeção de Vídeo e Textos de Apoio 1 e 2.

- Comece perguntando aos alunos o que é um negócio social.
- Ouça algumas respostas.
- Passe o vídeo “O que são negócios sociais?”
 - ◇ <https://www.youtube.com/watch?v=3OtzJUfVhLw>
 - ◇ **Duração:** 3:19 min.
 - ◇ **Sinopse:** Pequeno vídeo explicativo descrevendo o nascimento histórico do conceito de negócios sociais.
 - ◇ Lembre-os de que esse vídeo é de 2012. Nessa época existia um boom de lan houses, que hoje é um negócio que existe em bem menor escala, mesmo com o acesso à internet ainda é algo inacessível para quase metade da população brasileira.
 - ◇ Informe que o site mencionado no vídeo mudou. Agora é <https://www.>

- Portanto, negócios sociais são empreendimentos que focam o seu negócio principal na solução ou minimização de um problema social ou ambiental de uma coletividade. Esse objetivo faz parte do seu plano de negócios e é o que vai trazer lucro para a empresa. A viabilidade econômica do negócio é crucial para sua sobrevivência, que não busca subvenções e patrocínios. Portanto, viabilidade econômica & preocupação social e ambiental possuem a mesma importância e fazem parte do mesmo plano de negócios. Além disso, esses empreendimentos buscam incentivar o consumo responsável e sustentável, sem endividamentos excessivos.
- Explique que o negócio social é uma empresa como qualquer outra. Ela precisa de colaboradores, contabilidade, vendas, atendimento e tudo o que normalmente uma empresa necessita para funcionar, gerar lucro e crescer. Precisa apresentar todas as características para ser um negócio financeiramente viável.
- O diferencial dos negócios sociais é que eles buscam também causar **impacto social positivo**.
- O impacto social positivo são transformações geradas através da atuação da empresa na comunidade ou demanda social que o negócio se propôs a abordar.
- A ocorrência de mudanças em uma comunidade, população ou território, a partir da inserção de uma variável conhecida no sistema (um projeto, programa ou negócio social) em uma relação causal observada entre a mudança e a variável. (ICE; MOVE, 2014, p. 6)
- Ou seja, o impacto social consiste, basicamente, nas mudanças ocorridas nas comunidades a partir do trabalho de determinado projeto ou negócio de impacto social.
- Reforce que essa mudança não é acidental ou indireta, ela é um **objetivo estrutural do negócio**.
- Projete o **Slide 3** para evidenciar o que se está apresentando.
 - ◇ Leia cada uma das frases do slide, reforçando que os dois objetivos estão no *core business* do negócio social, precisam ser alcançados mutuamente.
- Dê um exemplo para reforçar a importância:
 - ◇ Digamos que determinada indústria têxtil fez uma ação social em determinada comunidade para capacitar mulheres gratuitamente para empregá-las na linha de produção. Digamos que o projeto obteve sucesso e 50% das mulheres capacitadas de determinada comunidade foram contratadas pela fábrica.
 - ◇ Por mais que a empresa tenha desenvolvido uma ação social, isso não a qualifica como negócio social. Ela rodou um projeto que causou impacto positivo, mas seu negócio continua sendo apenas produzir roupas. Esse impacto social foi uma consequência de algum projeto ou ação específica.
 - ◇ Agora imagine que uma escola de costureiras criada dentro da comunidade por mulheres mais experientes trabalhe com cursos profissionalizantes de costura industrial de valor acessível e faça o encaminhamento dos estudantes “formados” para várias fábricas ao redor, ganhando uma comissão de recrutamento pelas fábricas e conseguindo que algumas delas financie algumas turmas.

◇ Este, sim, seria um negócio social, porque seu modelo de negócio objetiva o lucro (venda de cursos profissionalizantes subsidiados) e impacto social (aumentar a empregabilidade das mulheres de determinada comunidade, faixa etária, social ou vulnerabilidade). A ausência do lucro ou do aumento da empregabilidade seria um igual fracasso para a empresa.

- Assim, como as empresas tradicionais devem medir seus resultados financeiros, com métricas e indicadores, também o impacto social e o potencial de transformação social da empresa são os principais resultados de negócios sociais.

- Nesse sentido, é importante ajudar os estudantes a refletirem que essas mudanças criam um círculo virtuoso e, muitas vezes, têm um impacto maior que o observado diretamente. Por exemplo, em uma família que, com o apoio de um negócio de impacto social, consegue aumentar sua renda e seu controle financeiro, não significa apenas que ela poderá comprar mais bens, vestir-se melhor e ter mais comida à mesa. Indiretamente, essa família terá mais saúde e disposição, aumentará sua autoestima, terá mais estabilidade financeira e emocional e movimentará mais recursos na economia local, o que resultará em outros processos virtuosos.

- E para gerar impacto social os negócios precisam atuar sobre determinada **demand social**. Projete o **Slide 4**.

- Explique que existem desequilíbrios de toda ordem na sociedade, desigualdades abundantes em vários sentidos e em todo lugar. O empreendedor social deve ser um conhecedor de alguma demanda específica e propor uma mudança nessa demanda a partir da atuação da sua empresa. É parte inerente do modelo de negócio gerar mudança nessa demanda, mudança positiva.

- Exponha que a Artemísia, uma instituição que trabalha no fomento de negócios sociais no Brasil desde 2004, acredita que os negócios de impacto social podem atuar em algumas dimensões específicas de demandas sociais e causar impacto positivo. Diga que ela é uma organização sem fins lucrativos, pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil.

- Projete o **Slide 5** para falar sobre as dimensões de atuação dos negócios sociais. Peça que cada aluno leia um dos tópicos e explique um pouco mais cada um deles:

◇ **Diminuição dos custos de transação:**

- » O custo de transação pode ser definido como o custo em dinheiro e tempo gasto por um comprador no mercado. Pessoas pobres pagam mais caro pelos mesmos produtos e serviços, por sua dificuldade de acesso, devido à distância dos grandes centros, pelas assimetrias de informação impostas por sua baixa escolaridade ou pela burocracia e custo do risco embutidos nos negócios direcionados a essa população. Mesmo o acesso a serviços públicos gratuitos impõe elevados custos à população de baixa renda. Negócios de impacto podem oferecer produtos e serviços que diminuam ou eliminem barreiras de acesso a bens e serviços essenciais.

◇ **Redução de condições de vulnerabilidade:**

- » A condição de vulnerabilidade refere-se à fragilidade a que uma pessoa fica exposta em situações de risco. Pessoas de baixa renda estão sujeitas a condições de vulnerabilidade com mais facilidade e

frequência, especialmente em situações de crise (perda de bens, doenças, falecimentos e gravidez não planejada). Negócios de impacto podem oferecer produtos que facilitem a proteção de bens conquistados e a antecipação ou prevenção de riscos futuros.

◇ **Ampliação das possibilidades de aumento de renda:**

- » O aumento de renda não deve ser entendido apenas como o aumento quantitativo de dinheiro, mas como a ampliação das possibilidades de escolha de um indivíduo de baixa renda, que contribui também para a redução de sua condição de vulnerabilidade. Negócios de impacto podem atuar no aumento das oportunidades de emprego estável ou na melhoria das condições de trabalho do microempreendedor.

◇ **Promoção de oportunidades de desenvolvimento:**

- » Pessoas de baixa renda são privadas de oportunidades que promovam o desenvolvimento de suas capacidades, o que as impede de utilizar seu pleno potencial. Negócios de impacto podem promover oportunidades para que essas pessoas fortaleçam seu capital humano e social.

◇ **Fortalecimento da cidadania e os direitos individuais:**

- » Pessoas de baixa renda podem estar privadas de direitos individuais básicos de vida, liberdade e segurança, como o acesso a moradia digna e regularizada. Negócios de impacto podem contribuir para o fortalecimento da cidadania por meio de produtos e serviços essenciais para uma qualidade de vida digna.

- Existem algumas diferenças fundamentais entre os dois tipos de negócios. Projete o **Slide 6**.

- ◇ Peça que cada um dos alunos leia um tópico, traçando as diferenças clássicas entre os dois tipos de empreendimentos.

- Portanto, é natural que o empreendedor social possua algumas características que podem trazer mais sucesso para seu empreendimento. Naturalmente todas as características empreendedoras são igualmente necessárias. Entretanto existe a necessidade de foco e algumas especificidades pela natureza da empresa que pretendem montar e no tipo de demanda social que propõe impactar. Nisso há uma diferença.

- Para melhor entendimento, a forma mais simples é comparar algumas das características empreendedoras convencionais com as do empreendedorismo social. Projete o **Slide 7 e 8**, que fala de algumas diferenças entre os dois tipos de empreendedor.

- ◇ Solicite que cada aluno leia uma característica, fazendo a diferenciação entre o empreendedor tradicional e o social.

- Mencione que, além disso, existem diferenças da sua postura em relação ao negócio e da forma que ele se propõe a funcionar. O negócio social carrega com ele certa filosofia e valores que são muitas vezes levados em conta na tomada de decisão sobre como atuar em determinadas demandas.

- Projete o **Slide 9** com o modelo multidimensional do Empreendedorismo Social.

- Explique que a partir desse modelo observa-se que o empreendedor social deve:
 - ◊ Ser proativo;
 - ◊ Buscar inovações e saber tomar decisões-chave com risco calculado;
 - ◊ Ter um olhar apurado e seletivo para reconhecer oportunidades de melhorias sociais;
 - ◊ Utilizar o empreendedorismo como uma virtude, ou seja, como uma forma de praticar o bem, o que é justo e correto moralmente;
 - ◊ Ter capacidade de julgamento para reconhecer situações que sejam coerentes com o seu propósito e para tomar as melhores decisões.
- Em resumo, os empreendedores denominados sociais são movidos, ao mesmo tempo, pela compaixão e pela paixão. Ou seja, têm como objetivo fazer a diferença, ao promover mecanismos sustentáveis que correspondam a taxas consideráveis de lucro, como também o suprimento das necessidades da comunidade e sua inclusão.
- O empreendedor social dos negócios de impacto social deve ser protagonista desse novo capitalismo sustentável – um sistema que visa maximizar, em longo prazo, a criação de valor econômico e social por meio de reforma dos mercados, a fim de atender às necessidades reais da comunidade global.
- Sob esse aspecto, alguns autores afirmam que, com a liderança ousada e responsável do setor privado e das organizações da sociedade civil, não há dúvida de que a eliminação da pobreza seja viável em curto prazo – ou seja, é possível a construção de uma sociedade mais humana e mais justa.
- Faça uma pausa para explicar que esse assunto é um tema recente. A literatura sobre empreendedorismo social está sendo criada e, por hora, é um pouco difusa e fragmentada, mas tem crescido muito nas últimas duas décadas. Uma forma de compreender a essência do empreendedorismo social é a partir da análise do seu desenvolvimento histórico.
- A ideia de empreendedorismo social tem início nas próprias empresas que, especialmente a partir da década de 1950, começam a tratar da Responsabilidade Social Empresarial, mas ainda com uma visão filantrópica e caridosa, como forma de colaborar com a sociedade.
- Essa visão evoluiu, e em meados das décadas de 1960 e 1970, a ideia de Responsabilidade Social Empresarial se fortalece, abordando princípios, como a necessidade de obter recursos econômicos para seu funcionamento (responsabilidade econômica); a realização de suas atividades respeitando a legislação (responsabilidade legal); a ação ética, em respeito ao que a sociedade espera das empresas, mesmo que não seja descrito nas leis (responsabilidade ética); e ações de filantropia (responsabilidades filantrópicas).
- Em 1970, Milton Friedman publica um polêmico artigo no jornal The New York Times, em que afirma que a única responsabilidade das empresas é de gerar lucro; e por meio dessa atitude, elas já estariam dando sua contribuição à sociedade, por possibilitar a geração de empregos, renda, etc.
- Esse posicionamento ainda hoje gera discussões, mas estimulou os pesquisadores e empreendedores a questionar qual o verdadeiro papel das empresas na sociedade. A partir de então, a área de Responsabilidade Social Empresarial

evoluiu e começou-se a pensar em modelos de negócios, tendo como estratégia a colaboração com demandas sociais, ideia que hoje é incorporada ao campo dos Negócios de Impacto Social (NDIS).

- Portanto, o empreendedor social não é um super-herói, pessoa com dom divino ou nada disso. É alguém que se vale do seu comportamento diferenciado, cria e desenvolve negócios de impacto social que são sustentáveis e, ao mesmo tempo, geram impacto social positivo proposital, e não como ação de marketing ou abatimento de impostos.
- Reforce, inclusive, que existem vários institutos de grandes marcas e ONGs que trabalham com desenvolvimento social em diversos setores, mas que não são considerados negócios sociais, uma vez que não são autossustentáveis, dependem de doações e de terceiros para existir e executar suas atividades. Negócios sociais não dependem de doações para existir.
- Pergunte se têm alguma dúvida ou se querem falar alguma coisa.
- Informe que agora que já têm entendimento suficiente sobre empreendedorismo e negócios sociais, é hora de “botar a mão na massa”.

Atividade 4 - Pesquisa sobre Empreendedorismo e Negócios Sociais no Brasil

Objetivo: Reforçar o entendimento sobre empreendedorismo e negócios sociais, através de pesquisas de empreendimentos dessa natureza no Brasil.

Tempo: 60 minutos.

Recursos: Projeção do Slides 10 e 11, projeção de vídeo, equipamento de acesso à internet (computadores ou smartphones com acesso à internet).

Atenção educador ou educadora: Esta atividade necessita de certa estrutura física para que os alunos pesquisem empresas e empreendedores sociais. Eles precisarão de acesso à internet e aparelhos para se conectar a ela. Uma biblioteca com computadores ou os próprios smartphones individuais devem ser suficientes. Caso possuam computadores ou tablets eles podem ser utilizados também nesta atividade.

- Pelo tempo disponível nesta oficina a atividade será de pesquisa.
- Projete o **Slide 10** (apenas com o título) e pergunte a todos: Qual a maior demanda social do Brasil? Aguarde contribuições e em seguida apresente os tópicos do slide.
- Peça que cada um escolha qual é a maior demanda e organize grupos de acordo com essa escolha.
- Tente equalizar o número de membros de cada grupo. Não é necessário que haja um grupo para cada demanda, mas cada demanda que for trabalhada precisa de um grupo de pelo menos 3 integrantes. Peça que pessoas de grupos muito populosos migrem para outros grupos. Procure manter um número de pessoas ímpar em cada grupo temático. Permita, no máximo, **5 grupos**.
- Depois de terminar essa divisão, explique que esse será o eixo temático para cada grupo fazer sua pesquisa.
- Os grupos devem pesquisar empreendedores e negócios sociais atuando no

Brasil na área temática escolhida. Dessa forma, um grupo cuja demanda social seja saúde deve pesquisar algum negócio e empreendedor social que atua com a saúde no Brasil. Mencione que não poderá haver duas apresentações sobre o mesmo empreendedor ou negócio social. Sendo assim, solicite que, quando forem definidos o empreendedor e seu negócio social, o grupo converse com o educador ou educadora para garantir essa exclusividade. Caso mais de um grupo deseje pesquisar o mesmo, dê preferência ao que se manifestou antes, pedindo que o segundo grupo mude seu objeto de pesquisa.

- Os grupos terão 20 minutos para pesquisar e definir o negócio e o empreendedor e 8 minutos para fazer uma apresentação para os outros grupos. Essa apresentação precisará trazer algumas informações relevantes sobre o negócio.

- Projete o **Slide 11** e explique os critérios:

- ◇ **Negócio:** nome do empreendimento ou projeto social. Procure apresentar imagens.

- ◇ **Empreendedor:** nome do empreendedor que criou o negócio ou projeto social. Procure apresentar imagens.

- ◇ **Área de Atuação:** a demanda social que ele combate. Nesse ponto seja mais específico a respeito da área de atuação. Negócios ligados à saúde logicamente serão da área de atuação da saúde, mas mesmo ali podem trabalhar em regiões específicas ou atacar questões mais específicas da área de saúde, como acessibilidade médica ou agendamento de consultas. Procure apresentar imagens.

- ◇ **O que faz:** explique de forma resumida como o empreendimento ataca a demanda social e de que forma gera lucro para se manter sustentável.

- ◇ **Há quanto tempo faz:** o tempo de atuação da empresa.

- ◇ **Alguns resultados atingidos:** comente alguns dos resultados que já conseguiu com sua atuação, de preferência mais recentes.

- ◇ **Referências para consulta posterior:** sites, endereços, contato, canais ou quaisquer referências posteriores para consulta após o término da oficina. Essas referências podem ser tanto do negócio quanto do empreendedor. Essa parte é muito importante, porque permitirá que outros colegas possam descobrir mais e mais sobre os negócios e os empreendedores dedicados à solução de problemas complexos no mundo.

- A título de exemplo, os seguintes vídeos podem ser consultados. Esses vídeos não são exemplos de negócios, mas de caracterização de algumas demandas sociais presentes no Brasil. Alguns dos vídeos são longos e podem servir apenas de referência de pesquisa para sala de aula. Entretanto incentive os alunos a assisti-los depois da oficina pelo seu conteúdo:

- ◇ Educação: Espaço PUC – Os desafios da educação brasileira. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8hG5x4hGhBE>

- » **Duração:** 28:42 min.

- ◇ Saúde: Saúde pública no Brasil. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=jkVyPfq_9w8

- » **Duração:** 3:13 min.

- ◇ STJ Cidadão #279 – Os problemas da saúde no Brasil. Disponível em

<https://www.youtube.com/watch?v=QfPIYpB7YOs>

» **Duração:** 28:52 min.

- ◇ Segurança: Cenas da violência no Brasil e seus efeitos sobre adultos e crianças. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=_Byqeh2b-gU

» **Duração:** 2:25 min.

- ◇ Moradia: Problemas com moradia se estendem por municípios brasileiros. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CPfnPNZWT9s>

» **Duração:** 1:05 min.

- ◇ Emprego: Taxa de desemprego no Brasil cresce no primeiro de 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Y4soLAVrGy4>

» **Duração:** 3:07 min.

- ◇ Superação da Miséria: Caminhos da Reportagem revelam a pobreza no Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TkEYL7L4tul>

» **Duração:** 53:41 min.

- ◇ Roberto Kiyosaki: Mantê-los Pobres. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=azq0S0DKS50>

» **Duração:** 10:26 min.

- Pergunte se têm alguma dúvida e esclareça, se for o caso. Na sequência solicite que comecem a atividade.
- Durante a pesquisa, acompanhe os grupos e converse com eles. Dê algumas dicas de sites, pesquisas, textos, redes sociais que você conheça que pode ajudá-los. Procure guiá-los através da pesquisa, permitindo que eles próprios acessem suas informações e construam suas opiniões, tanto sobre as demandas sociais quanto as empresas e empreendedores que estão atuando no Brasil.
- Se os grupos quiserem, podem montar apresentações curtas com imagens, mas devem ficar atentos ao tempo da apresentação e da pesquisa.
- Findo o tempo da pesquisa, organize os grupos para a apresentação.
- Conduza a apresentação dos grupos, atento ao tempo.
- No final, agradeça a todos e faça o fechamento da oficina.

Fechamento da Oficina

Objetivo: Encerrar a oficina.

Tempo: 10 minutos.

Recursos: Nenhum.

- Depois das apresentações, agradeça a presença de todos e o empenho na atividade.
- Diga que o empreendedorismo social vai além de ativismo e filosofia. Ele busca

integrar dois mundos supostamente diferentes de lucro e demandas sociais e tenta fazer a diferença no mundo através de sua operação.

- Não é um trabalho fácil, mas é algo que está ganhando corpo em nossa realidade. Isso quer dizer que se faz necessário cada vez mais a presença de empreendedores que desejem investigar questões complexas sociais e propor mudanças que sejam viáveis e possíveis, mesmo que improváveis.
- Empreendedores sociais não são heróis, mas são pessoas gravemente preocupadas com o rumo que a sociedade vem tomando e buscam meios para reequilibrar o que podem dentro do seu raio de ação. Muitas vezes parece loucura, mas cada vez mais eles vêm provando que a diferença entre a loucura e a inovação jaz apenas nas letras.
- Solicite que cada participante diga em uma frase rápida o que estão levando desse encontro.
- Ouça os comentários com atenção, sem complementar nada.
- Agradeça a todos e encerre a oficina.

Bibliografia e Sugestões de Suporte à Aprendizagem

- SEBRAE, Disciplina de Empreendedorismo – Manual do Professor: Brasília, 2016.
- SEBRAE, Disciplina de Empreendedorismo e Inovação– Guia do Professor: Brasília, 2017.
- CHAVES, Thiago J. de. O papel das multinacionais no desenvolvimento de negócios com impacto social no Brasil. 2014. 200 f.. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, ESPM. São Paulo, 2014.
- COMINI, Graziella. Negócio social: um novo conceito ou um novo rótulo? Next Billion Brasil. 13 abr. 2011.
- PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. Creating Shared Value. Harvard Business Review, jan./feb., 2011.
- BARKI, E., Torres, H. Da Gama, Aguiar, L., & Izzo, D. (2013). Negócios com impacto social no Brasil. São Paulo: Editora Peirópolis. 249 p.
- CARROLL, Archie B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of management review, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.
- CASSON, M. (1982) The entrepreneur: an economic theory. Oxford: Martin Robertson.
- DEES, J. 1998. The Meaning of Social Entrepreneurship. Boston, MA: Harvard Business School.
- DRUCKER, P. F. (2002) Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira Thomson.
- FISCHER, R. M. 2002. O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresa e Terceiro Setor. São Paulo: Gente.
- FRIEDMAN, M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine. New York, 13 set. 1970.
- SEN, A. 2000. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Companhia das Letras.
- YOUNG, D. Alternative Perspectives on Social Enterprise. 2009. In: J. Cordes, & E. Steuerle (eds.). Nonprofits and Business, Washington, D.C.: The Urban Institute Press.
- ZARIFIAN, Philippe. Objetivo competência: por uma nova lógica. São Paulo: Atlas, 2001.

Sites

- Quem se Importa? Em www.quemseimporta.com.br (Acessado em novembro de 2020)
- Artemísia em <https://artemis.org.br/> (Acessado em novembro de 2020)

Ashoka Brasil em <https://www.ashoka.org/pt-br> (Acessado em novembro de 2020)

Sebrae - Negócios Sociais. Uma maneira inovadora de empreender e promover o bem em: http://maratonadenegociossociais.com.br/sc/wp-content/themes/maratona/file/cartilha_ns_ii.pdf (Acesso em novembro de 2020)

ICE – Instituto de Cidadania Empresarial em <http://ice.org.br/> (Acessado em janeiro de 2021)

Vídeos

Who cares? Em <https://www.youtube.com/watch?v=WyO4pFITgew> (Acessado em novembro de 2020)

Entrevista com Maria (Lindalva) em https://www.youtube.com/watch?v=Fb_Z-Ty1Eh4 (Acessado em novembro de 2020)

Entrevista com Muhammad Yunus – O Banqueiro dos Pobres em: <https://www.youtube.com/watch?v=QvzOnXektmw> (Acessado em novembro de 2020)

Anexos e Textos de Apoio

Texto de Apoio 1 - Empreendedorismo Social

No campo do empreendedorismo, o seu “formato social” também tem conquistado um espaço relevante. Afinal, em um planeta que recentemente atingiu seus sete bilhões de habitantes, torna-se necessário criar novas alternativas para definir o futuro de um novo capitalismo – mais atento aos temas sociais e ambientais.

O termo “empreendedor social” foi utilizado pela primeira vez por Bill Drayton, fundador e presidente da Ashoka. Acredita-se que esse estilo de empreendedor colabora na aceleração de processos de mudança e inspira diferentes atores a se engajarem em torno de uma causa comum.

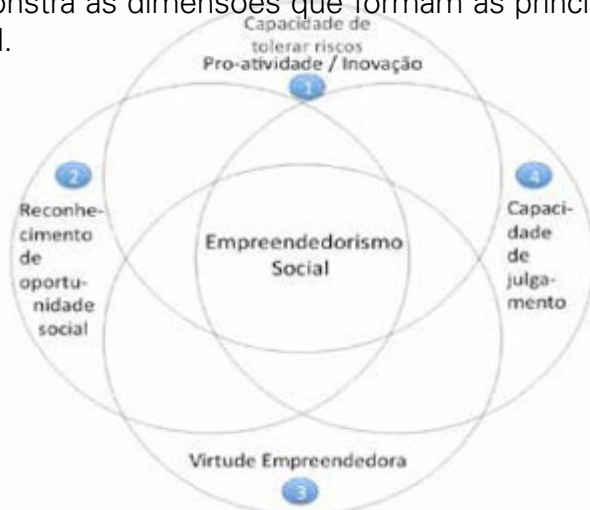
Em todos os setores da economia é observada a existência do empreendedor social. Os empreendedores sociais costumam ser pessoas que investigam o seu ambiente, suas necessidades e oportunidades locais. Ou seja, tendem a estar profundamente familiarizados com os problemas e sabem como resolvê-los.

Antes de o termo “empreendedorismo social” se voltar para as práticas com fins lucrativos, o empreendedor social já era reconhecido nas atividades realizadas no terceiro setor, devido ao trabalho que faz para diminuir a pobreza e encontrar soluções únicas para problemas do subdesenvolvimento enfrentados pela sociedade global.

Hoje, porém, o perfil não é encontrado somente em trabalho de organizações sem fins lucrativos e no serviço público, mas também em empresas do setor privado. Logo, pode-se dizer que o gestor moderno, em qualquer uma dessas configurações, está sendo chamado não só para maximizar os lucros, no caso do setor privado, mas também para satisfazer o tripé empresarial da inclusão social, consciência ambiental e sustentabilidade financeira.

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR SOCIAL

Para compreender as principais características do empreendedor social, vamos nos inspirar no modelo que segue, e que é baseado nos estudos de Mort, Weerawardena e Carnegie, e demonstra as dimensões que formam as principais características do empreendedor social.



A partir do modelo, observa-se que o empreendedor social deve ser proativo, buscar inovações e saber tomar decisões-chave com risco calculado (1); também deve ter um olhar apurado e seletivo para reconhecer oportunidades de melhorias sociais (2); precisa utilizar o empreendedorismo como uma virtude, ou seja, como uma forma de praticar o bem, o que é justo e correto moralmente (3); por fim, deve ter capacidade de julgamento para reconhecer situações que sejam coerentes com o seu propósito e para tomar as melhores decisões (4).

Em resumo, os empreendedores denominados sociais são movidos, ao mesmo tempo, pela compaixão e pela paixão. Ou seja, têm como objetivo fazer a diferença, ao promover mecanismos sustentáveis que correspondam a taxas consideráveis de lucro, como também o suprimento das necessidades da comunidade e sua inclusão.

O empreendedor social dos negócios de impacto social deve ser protagonista desse novo capitalismo sustentável – um sistema que visa maximizar, em longo prazo, a criação de valor econômico e social por meio de reforma dos mercados, a fim de atender às necessidades reais da comunidade global.

Sob esse aspecto, autores como Prahalad afirmam que, com a liderança ousada e responsável do setor privado e das organizações da sociedade civil, não há dúvida de que a eliminação da pobreza seja viável em curto prazo – ou seja, é possível a construção de uma sociedade mais humana e mais justa.

Por se tratar de um tema recente, a literatura sobre empreendedorismo social continua a ser difusa e fragmentada, mas tem crescido muito nas últimas duas décadas. Uma forma de compreender a essência do empreendedorismo social é a partir da análise do seu desenvolvimento histórico.

A ideia de empreendedorismo social tem início nas próprias empresas que, especialmente a partir da década de 1950, começam a tratar da Responsabilidade Social Empresarial, mas ainda com uma visão filantrópica e caridosa, como forma de colaborar com a sociedade. Essa visão evoluiu, e em meados das décadas de 1960 e 1970, a ideia de Responsabilidade Social Empresarial se fortalece, abordando princípios como a necessidade de obter recursos econômicos para seu funcionamento (responsabilidade econômica); a realização de suas atividades respeitando a legislação (responsabilidade legal); a ação ética, em respeito ao que a sociedade espera das empresas, mesmo que não seja descrito nas leis (responsabilidade ética); e ações de filantropia (responsabilidades filantrópicas).

Em 1970, Milton Friedman publica um polêmico artigo no jornal *The New York Times*, em que afirma que a única responsabilidade das empresas é de gerar lucro, e por meio dessa atitude ela já estaria realizando sua contribuição à sociedade, por possibilitar a geração de empregos, renda, etc.

Esse posicionamento ainda hoje gera discussões, mas estimulou os pesquisadores e empreendedores a questionar qual o verdadeiro papel das empresas na sociedade. A

partir de então, a área de Responsabilidade Social Empresarial evoluiu e começou-se a pensar em modelos de negócios, tendo como estratégia a colaboração com demandas sociais, ideia que hoje é incorporada ao campo dos Negócios de Impacto Social (NDIS).

(CHAVES, T. C.; MEZZARI, L. Um Guia Prático para negócios de impacto social. São Paulo: Editora Paco, 2016.)

Texto de Apoio 2 - Desenvolvimento Social no Brasil

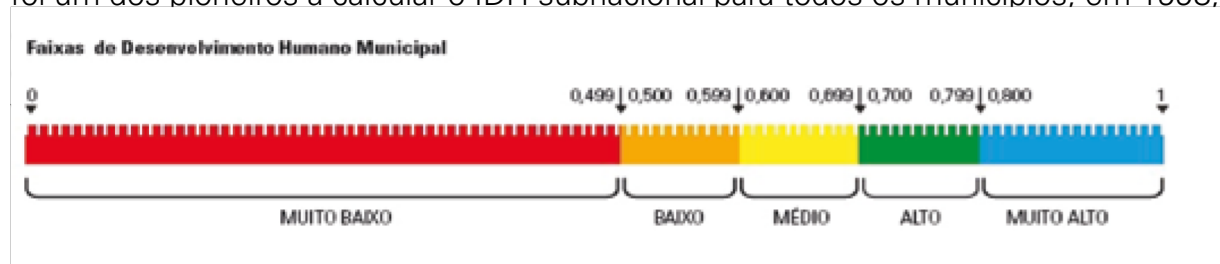
A dimensão continental do Brasil colabora para que existam diferentes realidades dentro do mesmo país. Essa constatação se revela em termos de cultura, vegetação, clima e no que se refere a desigualdades sociais. Segundo dados do Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil 2013, produzido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), é possível encontrar municípios em que a renda mensal per capita chega a R\$ 1.700,00, enquanto em outros a média é de R\$ 210,00. Nesse mesmo sentido, em algumas localidades mais de 80% dos adultos têm o ensino fundamental completo, e em outras esse índice não alcança 13%. A disparidade de dados como esses também revela a diferença de oportunidades a cada cidadão.

Conforme observado pelo PNUD (2013, p. 23), “se as capacidades das pessoas são restringidas, assim são também suas oportunidades. Se uma jovem brasileira tem pouco acesso ao sistema educacional, ela deixa de aprender a ler e escrever, participa menos dos processos decisórios à sua volta, conhece menos sua realidade, encontra poucas oportunidades de trabalho, reivindica menos os seus direitos. Seu rol de escolhas fica limitado e, conseqüentemente, suas capacidades não podem ser exercidas na plenitude”.

Uma forma de mensurar o nível da qualidade de vida do cidadão de forma mais adequada e integrada, sem se restringir aos aspectos econômicos, é por meio do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), idealizado pelo economista paquistanês Mahbub ul Haq, com a colaboração de Amartya Sen, que é usado desde 1993 pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) no seu relatório anual.

O IDH se consolidou como uma alternativa à mensuração do Produto Interno Bruto (PIB) como forma de avaliar o desenvolvimento. O Índice de Desenvolvimento Humano é formado pelos principais requisitos que possibilitam a expansão das liberdades das pessoas: a oportunidade de ter uma vida longa e saudável, ou seja, acesso à saúde e à longevidade; obtenção de conhecimento, ou seja, educação; e poder manter um padrão de vida digno, que consiste em ter renda.

Devido às grandes disparidades observadas em diferentes localidades do Brasil, o país foi um dos pioneiros a calcular o IDH subnacional para todos os municípios, em 1998,



1 Fonte: PNUD 2013, p. 27.

DIMENSÃO ÍNDICES E INDICADORES		1991	2000	2010
Longevidade	IDHM	0,493	0,612	0,727
	IDHM Longevidade	0,662	0,727	0,816
Educação	Esperança de vida ao nascer (anos)	64,7	68,6	73,9
	IDHM Educação	0,279	0,456	0,637
	Subíndice: Escolaridade da população adulta	0,301	0,398	0,549
	População com 18 anos de idade ou mais que concluiu o ensino fundamental (%)	30,1	39,8	54,9
	Subíndice: Fluxo escolar da população jovem	0,268	0,488	0,686
	População de 5 a 6 anos de idade frequentando a escola (%)	37,3	71,5	91,1
	População de 11 a 13 anos de idade frequentando os anos finais do ensino fundamental* (%)	36,8	59,1	84,9
	População de 15 a 17 anos de idade com o ensino fundamental completo (%)	20,0	39,7	57,2
Renda	População de 18 a 20 anos de idade com o ensino médio completo (%)	13,0	24,8	41,0
	IDHM Renda	0,647	0,692	0,739
	Renda mensal per capita (R\$)	447,56	592,46	793,87

*Anos finais: 6º ao 9º ano do ensino fundamental Fonte: IPEA, PNUD e FJP

Apesar da evolução, ainda há muitos problemas latentes que necessitam de solução. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), por exemplo, divulgou em maio de 2015 um ranking que avalia a qualidade da educação em 76 países, e o Brasil ficou na 60ª posição. A análise foi realizada a partir de resultados de testes de matemática e ciências. Em relação aos problemas habitacionais, também há muito a ser feito. Em estudo da Fundação Getulio Vargas (FGV), a estimativa é que, até 2024, serão necessários R\$ 760 bilhões em investimentos em habitação popular para combater o déficit habitacional enfrentado pelo país. Em 2012, esse déficit era de 5,2 milhões de lares, o que considera famílias que vivem em condições precárias, outras que dividem o imóvel com parentes e ainda as que não têm condições de adquirir um imóvel próprio ou financiamento e, por isso, gastam uma alta fatia da sua renda.

(...)

EDUCAÇÃO

A educação brasileira tem apresentado melhoras nos últimos anos. O Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) das escolas públicas, por exemplo, apresentou um crescimento de 3,6 em 2005 para 4,9 em 2013. Nas escolas particulares, porém, o Ideb foi de 6,7 em 2013. Apesar disso, ainda há muitos problemas latentes que necessitam de solução. Resultados da Prova Brasil 2013³ realizados com a rede pública de ensino demonstram que 40% dos alunos aprenderam o adequado em Português até

2 PNUD, 2013, p. 41.

3 <http://www.qedu.org.br/brasil/aprendizado>.

o 5º ano, e apenas 23% tiveram resultados satisfatórios nesta disciplina no 9º ano. Em Matemática, a situação é ainda pior. Cerca de 35% dos alunos tiveram um aprendizado adequado até o 5º ano na rede pública de ensino, e apenas 11% tiveram um aprendizado satisfatório.

Resultados como esses explicam a situação do Brasil em relação ao restante do mundo. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), por exemplo, divulgou em maio de 2015 um ranking que avalia a qualidade da educação em 76 países, e o Brasil ficou na 60ª posição⁴. A análise foi realizada a partir de resultados de testes de matemática e ciências.

HABITAÇÃO

De acordo com pesquisa de 2012 realizada por entidades nacionais e internacionais⁵, o déficit habitacional no país é de 5,4 milhões de moradias. Esse número engloba situações de habitação precária (aproximadamente 884 mil), coabitação familiar (cerca de 1,8 milhão), ônus excessivo de aluguel (pouco mais de 2,3 milhões) e adensamento excessivo (perto de 370,7 mil). Essas carências ocorrem, principalmente, na área urbana, correspondendo a 81% do total.

Na pesquisa realizada pelo IBGE em 2013⁶, os domicílios alugados consistem em 17,9% do total e apenas 1,1% possuem acesso à rede geral de abastecimento de água encanada. A maioria dos domicílios alugados é por meio de arranjos informais.

Foto emblemática da desigualdade urbana, mostrando a diferença entre favelas e prédios modernos.



SAÚDE

4 <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2015/05/brasil-ocupa-60-posicao-em-ranking-de-educacao-em-lista-com-76-paises.html>.

5 <http://www.cbicdados.com.br/menu/deficit-habitacional/deficit-habitacional-no-brasil>.

6 <http://brasilemsintese.ibge.gov.br/habitacao.html>.

Segundo o Censo 2013 , 71,2% dos 200 milhões de residentes no Brasil consultaram um médico nos 12 meses anteriores à Pesquisa Nacional de Saúde (PNS 2013). Entre toda a população, 27,9% possuíam um plano de saúde médico ou odontológico, sendo a maior concentração dos planos na área urbana. Em dados, 31,7% é o percentual de pessoas na área urbana que são cobertas pelo plano de saúde, enquanto na área rural esse total é de apenas 6,2%.

Nas duas semanas anteriores à pesquisa, 30,7 milhões de pessoas procuraram por algum atendimento de saúde e 97% conseguiram atendimento. Destas, 95,3% foram atendidas na primeira vez que procuraram o serviço. Entre os que não conseguiram o atendimento na primeira vez, 38,8% alegaram que não havia médico disponível e 92,7% não conseguiram vaga ou pegar senha.

Ao menos 6,4 milhões de pessoas utilizaram medicamentos receitados no serviço público. E do total de 19,3 milhões que tiveram um medicamento receitado no último atendimento de saúde, 21,9%, o que corresponde a 4,2 milhões de pessoas, conseguiram o remédio no Programa Farmácia Popular.

(CHAVES, T. C.; MEZZARI, L. Um Guia Prático para negócios de impacto social. São Paulo: Editora Paco, 2016.)

EDUCAÇÃO
EMPREENDEDORA
SEBRAE